

**STRATEGI MANAJEMEN *DIPONEGORO CHANNEL*
SEBAGAI STASIUN TELEVISI INFORMASI**

TUGAS AKHIR SKRIPSI

Untuk memenuhi sebagian persyaratan
mencapai derajat Sarjana (S-1)
Program Studi Televisi dan Film
Jurusan Seni Media Rekam



OLEH:

**MEGA KUSUMAWATI
NIM. 14148152**

**FAKULTAS SENI RUPA DAN DESAIN
INSTITUT SENI INDONESIA
SURAKARTA
2018**

PENGESAHAN

TUGAS AKHIR SKRIPSI

STRATEGI MANAJEMEN *DIPONEGORO CHANNEL* SEBAGAI STASIUN TELEVISI INFORMASI

Oleh

MEGA KUSUMAWATI

NIM. 14148152

Telah diuji dan dipertahankan di hadapan Tim Penguji
pada tanggal 20 Juli 2018

Tim Penguji

Ketua Penguji

: Cito Yasuki Rahmad, S.Sn., M.Sn.

Penguji Bidang

: I Putu Suhada Agung, S.T., M.Eng.

Pembimbing

: Citra Ratna Amelia, S.Sn., M.Sn.



Skripsi ini telah diterima sebagai
salah satu persyaratan gelar Sarjana Seni (S.Sn)
pada Institut Seni Indonesia Surakarta

Surakarta, Juli 2018

Dekan Fakultas Seni Rupa dan Desain



Joko Budiyiyanto, S.Sn., M.A

NIP. 197207082003121001

PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Mega Kusumawati

NIM : 14148152

Menyatakan bahwa laporan Tugas Akhir Skripsi berjudul “Strategi Manajemen *Diponegoro Channel* Sebagai Stasiun Televisi Informasi” adalah karya saya sendiri dan bukan jiplakan atau plagiarisme dari karya orang lain. Apabila di kemudian hari, terbukti sebagai hasil jiplakan atau plagiarisme, maka saya bersedia mendapatkan sanksi sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

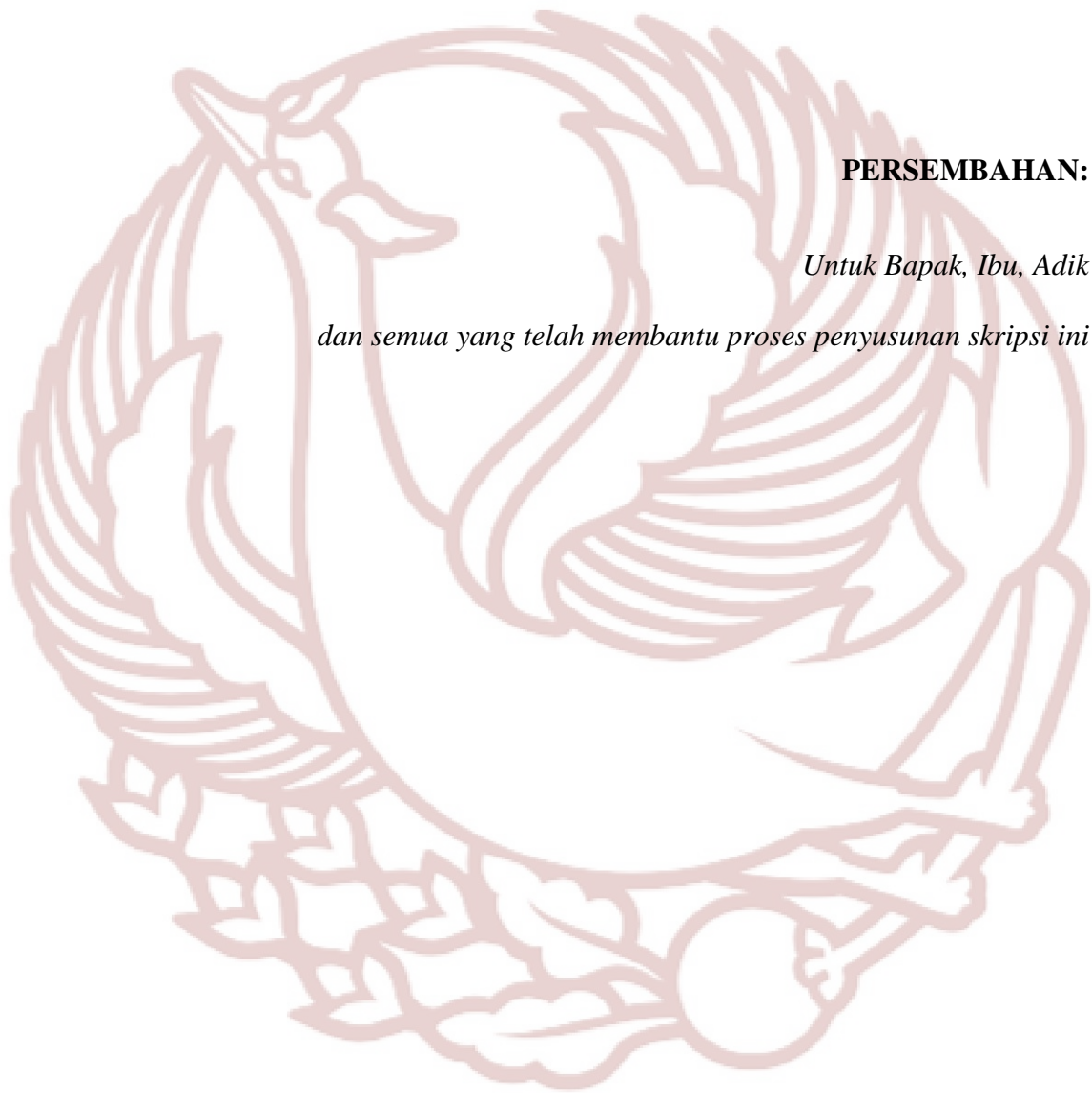
Selain itu, saya menyetujui laporan Tugas Akhir Skripsi ini dipublikasikan secara *online* dan cetak oleh Institut Seni Indonesia (ISI) Surakarta dengan tetap memperhatikan etika penulisan karya ilmiah untuk keperluan akademis.

Demikian, surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Surakarta, 30 Juli 2018

Yang menyatakan,

Mega Kusumawati
NIM. 14148152

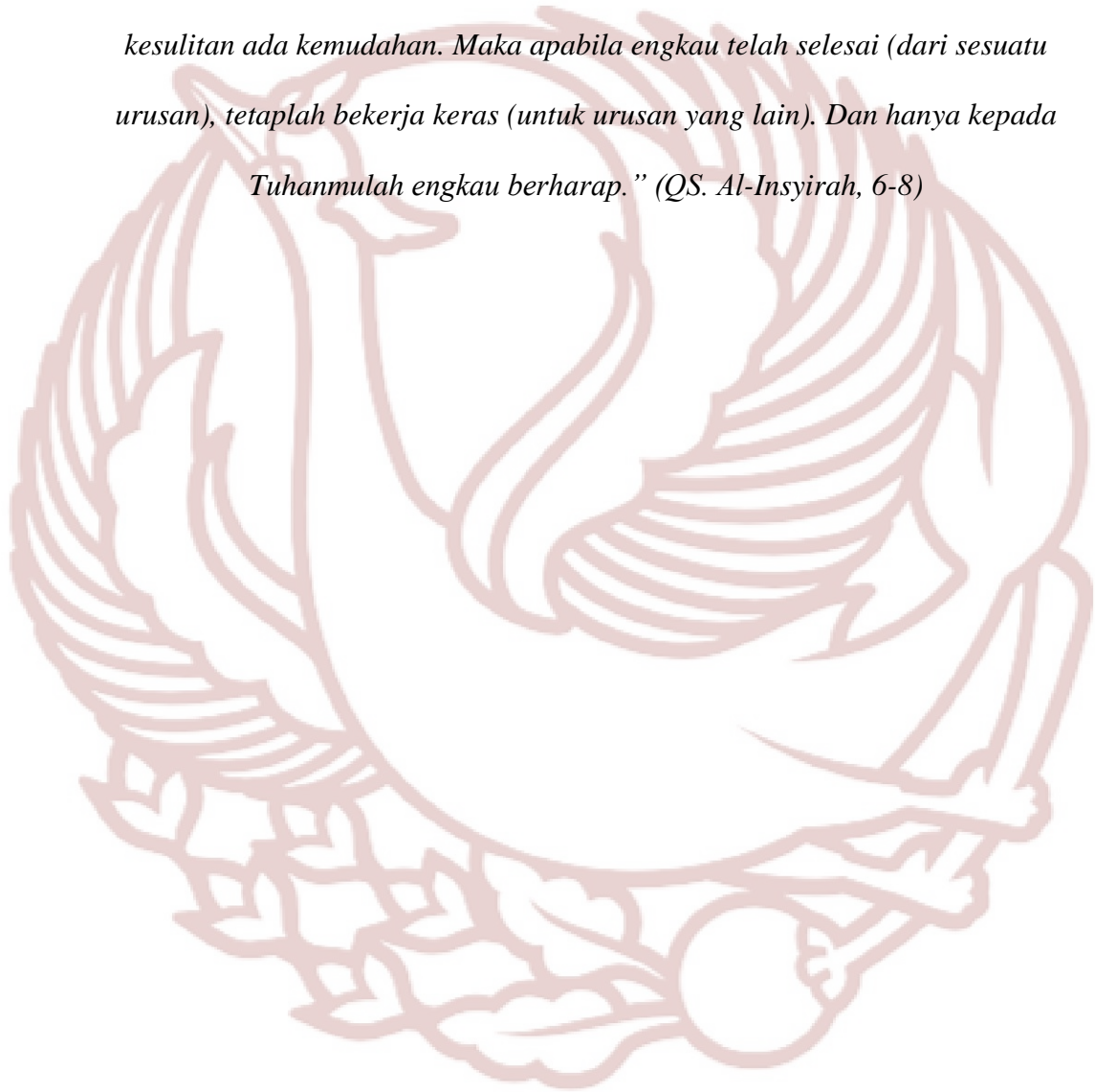


PERSEMBAHAN:

*Untuk Bapak, Ibu, Adik
dan semua yang telah membantu proses penyusunan skripsi ini*

MOTTO

“Maka sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan. Sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan. Maka apabila engkau telah selesai (dari sesuatu urusan), tetaplah bekerja keras (untuk urusan yang lain). Dan hanya kepada Tuhanmulah engkau berharap.” (QS. Al-Insyirah, 6-8)



ABSTRAK

STRATEGI MANAJEMEN *DIPONEGORO CHANNEL* SEBAGAI STASIUN TELEVISI INFORMASI (Mega Kusumawati, 14148152, 2018, hal i – 98) Skripsi S-1 Program Studi Televisi dan Film, Jurusan Seni Media Rekam, Fakultas Seni Rupa dan Desain, Institut Seni Indonesia Surakarta.

Penelitian ini berawal dari ketertarikan terhadap hadirnya *Diponegoro Channel*, sebuah stasiun televisi komunitas di bawah naungan Kodam IV/Diponegoro yang lebih memfokuskan dirinya sebagai televisi informasi. *Diponegoro Channel* berdiri pada tahun 2014. Fokus permasalahan dalam penelitian ini adalah strategi manajemen yang dijalankan *Diponegoro Channel* sebagai stasiun televisi komunitas. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif. Pengumpulan data dilakukan dengan metode observasi, wawancara dan studi dokumen. Analisis data yang digunakan adalah teknik analisis model interaktif dengan langkah reduksi data, penyajian data, penarikan kesimpulan dan verifikasi. Penelitian ini menghasilkan temuan bahwa *Diponegoro Channel* menerapkan berbagai strategi. Strategi tersebut antara lain: 1) Pengumpulan ide dan penentuan konten program mengambil dari kegiatan TMMD sebagai strategi menghemat waktu. 2) Menentukan sebagian besar format program dengan format berita sebagai strategi menghemat biaya produksi. 3) Melibatkan *audien* dengan memanfaatkan kolom komentar pada *Youtube* sebagai strategi untuk menarik *audien*. 4) Menempatkan jam tayang programnya pada waktu senggang tentara sebagai strategi untuk menjangkau target *audien*. 5) Melakukan promosi melalui media sosial dan melakukan kerjasama dengan pihak lain dalam hal penayangan program sebagai strategi untuk lebih dikenal masyarakat. 6) Kru *Diponegoro Channel* merangkap berbagai tugas lain diluar tugasnya sebagai strategi dalam menghemat tenaga kerja.

Kata Kunci : Strategi Manajemen Media Penyiaran, *Diponegoro Channel*, Televisi Komunitas, Televisi Informasi

KATA PENGANTAR

Segala puji syukur bagi Allah SWT yang telah memberikan anugerah dan hidayah-Nya sehingga penulis diberikan kemudahan dan kelancaran dalam menyusun tugas akhir skripsi ini. Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak akan lancar tanpa adanya dukungan dari berbagai pihak yang telah membantu. Oleh karena itu penulis mengucapkan rasa terimakasih kepada:

1. Citra Ratna Amelia, S.Sn., M.Sn., selaku Dosen Pembimbing Tugas Akhir Skripsi yang telah memberikan arahan, masukan, dan saran selama proses penyusunan skripsi ini dari awal sampai selesai.
2. I Putu Suhada Agung, S.T., M.Eng selaku dosen penguji tahap Kelayakan atas kritik dan saran yang diberikan untuk perbaikan skripsi ini.
3. Titus Soepono Adji, S.Sn., MA., selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah mendampingi penulis selama menjalankan proses perkuliahan.
4. Kuswinardi dan Kartini, kedua orang tua yang telah membesarkan dan mendidik penulis, serta kedua adik penulis yaitu Sukma dan Annisa yang senantiasa memberikan dukungan serta motivasi bagi penulis.
5. Mayor Inf. Noven Kurniawan selaku Kepala Seksi Media Elektronik dan Noorlaila Mentari selaku produser *Diponegoro Channel* yang telah bersedia meluangkan waktunya menjadi narasumber wawancara dalam penelitian ini.

6. Arif Wicaksono, Ika Oktiana, Rizky W., Azeem W., dan seluruh kru *Diponegoro Channel* yang bersedia berbagi informasi untuk keperluan penelitian di *Diponegoro Channel*.
7. Seluruh Dosen Program Studi Televisi dan Film, yang telah membagikan ilmunya selama masa perkuliahan di Institut Seni Indonesia Surakarta.
8. Rekan-rekan seperjuangan mahasiswa/i Program Studi Televisi dan Film 2014, yang saling memberi semangat, inspirasi, serta tempat berdiskusi selama masa perkuliahan hingga proses Tugas Akhir.
9. Semua pihak yang telah membantu proses penyelesaian skripsi ini yang tidak bisa penulis sebutkan satu-persatu.

Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih banyak kekurangan. Besar harapan penulis atas kritik dan saran yang membangun guna menyempurnakan skripsi ini. Penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis, pembaca dan semua pihak.

Surakarta, Juli 2018

Penulis

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	Error! Bookmark not defined.
LEMBAR PERNYATAAN	Error! Bookmark not defined.
ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR TABEL	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	4
C. Tujuan Penelitian.....	4
D. Manfaat Penelitian.....	4
E. Tinjauan Pustaka	4
F. Kerangka Konseptual	7
1. Strategi Manajemen Penyiaran.....	7
2. Televisi Komunitas	17
G. Metode Penelitian.....	20
1. Jenis Penelitian.....	20
2. Objek Penelitian	20
3. Sumber Data.....	21
4. Teknik Pengumpulan Data	21
5. Teknik Analisis Data.....	24
H. Sistematika Penulisan.....	25

BAB II DIPONEGORO CHANNEL	27
A. Sejarah <i>Diponegoro Channel</i>	27
B. Visi, Misi dan Logo <i>Diponegoro Channel</i>	30
1. Visi <i>Diponegoro Channel</i>	30
2. Misi <i>Diponegoro Channel</i>	30
C. Sasaran Khalayak Dan Materi Siaran Program.....	34
1. Program Acara <i>Diponegoro Channel</i>	34
D. Sumber Daya Manusia	44
E. Perangkat dan Perlengkapan <i>Diponegoro Channel</i>	51
BAB III HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	56
A. Strategi Program Penyiaran <i>Diponegoro Channel</i>	56
1. Perencanaan Program.....	57
2. Produksi dan Kerjasama Dengan Pihak Lain.....	74
3. Pengawasan dan Evaluasi Program.....	97
B. Pemasaran.....	99
1. Promosi melalui media sosial.....	100
2. Berpartisipasi dalam Festival Film Nusantara	104
3. Kemasan Program	106
C. Sistem Penyiaran	107
BAB IV PENUTUP	56
A. Kesimpulan.....	111
B. Saran.....	114
DAFTAR ACUAN.....	115

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Bagan Alur Pikir	19
Gambar 2. Kantor <i>Diponegoro Channel</i>	28
Gambar 3. Tayangan <i>Diponegoro Channel</i> di web <i>Suara Diponegoro</i>	29
Gambar 4. Logo <i>Diponegoro Channel</i>	31
Gambar 5. Cuplikan Program <i>Ramadhan Siaga</i>	35
Gambar 6. Cuplikan Program <i>SOWAN</i>	35
Gambar 7. Cuplikan Program <i>Lintas Kodam 4</i>	36
Gambar 8. Cuplikan Program <i>Bincang Suara Diponegoro</i>	37
Gambar 9. Cuplikan Program <i>Panggung Prajurit</i>	38
Gambar 10. Cuplikan Program <i>Refleksi Nusantara</i>	38
Gambar 11. Cuplikan Program <i>Lensa Prajurit</i>	39
Gambar 12. Cuplikan Program <i>Sejarah Negriku</i>	40
Gambar 13. Cuplikan Program <i>Secangkir Informasi</i>	40
Gambar 14. Cuplikan Program <i>Assalamualaikum Ramadhan</i>	41
Gambar 15. Cuplikan Program <i>Ton Tangkas</i>	42
Gambar 16. Cuplikan Program <i>Suri Tauladan Prajurit Beriman</i>	43
Gambar 17. Struktur Organisasi <i>Diponegoro Channel</i>	45
Gambar 18. Studio <i>Diponegoro Channel</i>	51
Gambar 19. Ruang Editing <i>Diponegoro Channel</i>	52
Gambar 20. Lemari Peralatan <i>Diponegoro Channel</i>	53

Gambar 21. Ruang Kontrol <i>Diponegoro Channel</i>	54
Gambar 22. Capture program TNI memberdaya Masyarakat.....	60
Gambar 23. Produksi Menggunakan <i>Blue Screen</i>	62
Gambar 24. Tampilan Aplikasi <i>Diponegoro Channel</i>	68
Gambar 25. Jumlah <i>Subscribe Diponegoro Channel</i>	70
Gambar 26. Produksi di Area Kodam IV/Diponegoro.....	80
Gambar 27. Penggunaan 3 Kamera.....	83
Gambar 28. Produksi di Luar Studio	85
Gambar 29. Tampilan <i>Timeline Editing Online</i>	87
Gambar 30. Tampilan Penggunaan <i>Colouring</i>	89
Gambar 31. Cuplikan Program Metro TV	95
Gambar 32. <i>Capture Promosi Program Diponegoro Channel</i>	101
Gambar 33. <i>Capture Twitter Diponegoro Channel</i>	102
Gambar 34. <i>Capture Instagram Diponegoro Channel</i>	103
Gambar 35. Piala Festival Film Nusantara	105
Gambar 36. <i>Capture Berita Online</i>	106
Gambar 37. Tampilan <i>Software Wirecast</i>	109

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Pembagian Waktu Siaran dan Ketersediaan <i>Audien</i>	9
--	---



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Kajian ini berawal dari ketertarikan penulis terhadap tayangan-tayangan televisi milik Kodam IV/Diponegoro yaitu *Diponegoro Channel*. Televisi ini secara khusus menyiarkan tayangan TNI-AD Kodam IV/Diponegoro dalam memberdayakan masyarakat. Selain itu juga memberikan informasi tentang apa saja yang dilakukan oleh TNI-AD Kodam IV/Diponegoro. Kajian ini merupakan kajian televisi pada ranah televisi sebagai institusi yang fokus pada manajemen siaran televisi informasi.

Perkembangan teknologi melahirkan suatu media yang dapat menyajikan informasi secara cepat kepada masyarakat dalam bentuk *audiovisual* yaitu televisi. Siaran televisi pertama di Indonesia dimulai pada tahun 1962 saat TVRI menayangkan langsung upacara Hari Ulang Tahun Kemerdekaan Indonesia ke-17 pada tanggal 17 Agustus 1962. Selama 27 tahun penonton televisi di Indonesia hanya dapat menonton satu saluran televisi.

Seiring berkembangnya dunia pertelevisian di Indonesia berdampak pada semakin banyaknya stasiun televisi yang bermunculan. Pada tahun 1989, pemerintah memberikan izin operasi kepada kelompok usaha Bimantara untuk membuka stasiun televisi RCTI yang merupakan televisi swasta pertama di

Indonesia, kemudian disusul dengan SCTV, Indosiar, ANTV dan TPI.¹ Jumlah televisi baru di Indonesia diperkirakan akan terus bermunculan, khususnya di daerah, yang terbagi dalam empat kategori televisi publik, swasta, berlangganan dan komunitas.

Diponegoro Channel merupakan media penyiaran di bawah naungan Kodam IV/Diponegoro. *Diponegoro Channel* berdiri pada tanggal 16 Juni 2014 dan diresmikan secara langsung oleh Kepala Staf TNI-AD Jenderal Budiman. *Diponegoro Channel* merupakan salah satu televisi komunitas di Indonesia yang menyajikan berbagai informasi mengenai TNI-AD Kodam IV/Diponegoro. Televisi komunitas adalah stasiun penyiaran yang didirikan oleh komunitas tertentu, bersifat independen, tidak komersial, dengan luas jangkauan terbatas, untuk melayani kepentingan komunitas tertentu. Stasiun penyiaran komunitas didirikan tidak untuk mencari untung dan tidak merupakan bagian dari perusahaan yang mencari keuntungan semata.²

Diponegoro Channel berlokasi di Jalan Perintis Kemerdekaan, Watugong, Semarang. *Diponegoro Channel* didirikan untuk menggugah rasa kebangsaan, toleransi, cinta tanah air dalam keanekaragaman Bhinneka Tunggal Ika.³ Kehadiran *Diponegoro Channel* disambut secara antusias oleh TNI AD. *Diponegoro Channel* juga mendapat dukungan dan apresiasi dari berbagai pihak, baik dari para pejabat TNI AD, seluruh prajurit di Indonesia maupun masyarakat.

¹ Morris. 2008. *Manajemen Media Penyiaran: Strategi Mengelola Radio & Televisi*. Jakarta: Kencana. Hlm 10

² Morris. 2008. Hlm 104

³ Dokumen *Diponegoro Channel*, 2014.

Para TNI merasakan banyak manfaat dari adanya *Diponegoro Channel*, terutama karena materi siarannya merupakan kegiatan TNI AD khususnya Kodam IV/ Diponegoro.

Salah satu kunci keberhasilan sebuah media penyiaran adalah bagaimana strategi manajemen yang dijalankannya. Tiga pilar utama kesuksesan media penyiaran yaitu strategi program, pemasaran dan teknik penyiaran. Keberhasilan media penyiaran khususnya stasiun televisi bergantung pada kualitas sumber daya manusia yang bekerja pada tiga pilar utama. Hal tersebut harus disertai dengan kemampuan pemimpin stasiun televisi tersebut dalam mengelola sumber daya manusia yang ada. Oleh sebab itu manajemen yang baik diperlukan pada media penyiaran.

Diponegoro Channel sebagai televisi komunitas milik Kodam IV/Diponegoro tidak luput dari permasalahan dengan tidak boleh menerima iklan, sumber pendanaannya berasal dari anggota televisi komunitas itu sendiri. Menurut Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 51 Tahun 2005 tentang Penyelenggaraan Penyiaran Lembaga Penyiaran Komunitas, radius siaran Lembaga Penyiaran Komunitas di batasi maksimal 2,5 km dari lokasi pemancar. Keterbatasan radius penyiaran tersebut berakibat sulitnya menjangkau khalayak yang besar. Untuk mengatasi hal tersebut, televisi komunitas membutuhkan strategi manajemen untuk tetap bertahan. Dari penjabaran latar belakang di atas, penting untuk diteliti bagaimana sistem manajemen yang dijalankan *Diponegoro Channel*.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dipaparkan, penulis mengambil rumusan masalah sebagai berikut: “Bagaimana strategi manajemen yang dijalankan *Diponegoro Channel* sebagai televisi informasi.”

C. Tujuan Penelitian

Penelitian yang dilakukan bertujuan untuk mendeskripsikan strategi manajemen yang dijalankan *Diponegoro Channel* sebagai televisi informasi.

D. Manfaat Penelitian

Penelitian tentang “Strategi Manajemen *Diponegoro Channel* Sebagai Televisi Informasi” diharapkan dapat bermanfaat bagi banyak pihak, antara lain:

1. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan, referensi, literatur dan pengembangan dalam bidang pertelevisian khususnya mengenai strategi manajemen pada televisi komunitas yang lebih memfokuskan dirinya sebagai televisi informasi.
2. Penelitian ini dapat dijadikan referensi bagi penelitian terkait mengenai strategi manajemen sebuah televisi komunitas yang lebih memfokuskan dirinya sebagai televisi informasi.

E. Tinjauan Pustaka

Penulis melakukan penelusuran terhadap penelitian sebelumnya untuk menghindari kesamaan terhadap penelitian yang telah ada sebelumnya.

Berdasarkan penelusuran yang dilakukan, penulis tidak menemukan penelitian yang sama dengan yang dilakukan penulis yaitu strategi manajemen yang dilakukan oleh *Diponegoro Channel* sebagai televisi informasi. Namun demikian, penulis menjumpai beberapa penelitian dan karya ilmiah dengan tema yang sama yaitu strategi manajemen penyiaran, diantaranya:

Skripsi karya Umi Dwi Pratiwi tahun 2013, Program Studi Televisi dan Film ISI Surakarta, berjudul *Strategi Manajemen Penyiaran TVKU Semarang Sebagai Televisi Pendidikan Alternatif*. Penelitian ini membahas permasalahan yang sama yaitu mengenai strategi manajemen media penyiaran. Metode yang digunakan adalah kualitatif. Dari hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa strategi manajemen yang dilakukan TVKU meliputi tiga pilar, yaitu strategi program, strategi pemasaran program dan strategi teknik penyiaran.

Skripsi karya Ernis Suryanti Taufli tahun 2014, jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Andalas Padang, berjudul *Strategi Padang TV Dalam Mempertahankan Eksistensinya Sebagai Televisi Lokal*. Penelitian ini membahas tentang strategi Padang TV dalam mempertahankan eksistensinya sebagai televisi lokal. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif deskriptif dengan menggunakan teori ekologi media oleh Dimmick dan Rothenbuhler. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa untuk mempertahankan eksistensinya dalam industri penyiaran lokal, Padang TV menjalankan berbagai strategi diantaranya; melakukan strategi program, melakukan segmentasi, *targeting* dan *positioning* dalam merebut pasar *audien*,

pemanfaatan teknologi internet, membentuk komunitas *audien*, melakukan strategi pemasaran program, serta mendirikan TV anak jaringan di daerah lain.

Skripsi karya Febrina Candra Cahyaning Dian tahun 2017, program studi Televisi dan Film ISI Surakarta berjudul *Strategi Manajemen Media Penyiaran TV Edukasi Sebagai Televisi Pendidikan*. Penelitian ini membahas permasalahan yang sama dengan penelitian yang dilakukan peneliti yaitu mengenai strategi manajemen penyiaran stasiun televisi. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif deskriptif. Hasil dari penelitian ini yaitu strategi manajemen yang dilakukan TV Edukasi adalah strategi manajemen program, strategi manajemen pemasaran, dan strategi manajemen teknis.

Beberapa penelitian di atas mengangkat tema mengenai strategi manajemen media penyiaran. Penelitian-penelitian tersebut mengkaji strategi manajemen televisi lokal. Peneliti tidak menemukan objek kajian yang sama dengan penelitian yang dilakukan peneliti yakni *Strategi Manajemen Diponegoro Channel Sebagai Televisi Informasi*. Selain penelitian skripsi yang menjadi tinjauan pustaka, peneliti juga memakai beberapa buku sebagai tinjauan, diantaranya:

Buku *Manajemen Media Penyiaran: Strategi Mengelola Radio & Televisi* karya Morissan, M.A. tahun 2008. Dalam buku ini dijelaskan mengenai tiga pilar utama kesuksesan media penyiaran, yaitu strategi program, pemasaran program dan teknik penyiaran program. Dalam penelitian ini juga membahas tentang

strategi manajemen penyiaran stasiun televisi, sehingga buku ini menjadi referensi yang penting di dalam penelitian yang dilakukan peneliti.

Buku *Ilmu Komunikasi: Teori Dan Praktek* karya Prof. Drs. Onong Uchjana Effendy, M.A tahun 2009. Pada buku ini dijelaskan tentang fungsi televisi sebagai media informasi. Dalam penelitian ini juga membahas tentang televisi yang berfungsi dalam memberikan informasi, sehingga buku ini menjadi referensi yang penting di dalam penelitian yang dilakukan.

Buku *Komunikasi & Regulasi Penyiaran* karya Muhamad Mufid, M.Si. tahun 2010. Buku ini dijelaskan tentang regulasi penyiaran televisi komunitas dan ciri-ciri dari penyiaran komunitas. Dalam penelitian ini juga membahas tentang penyiaran televisi komunitas, sehingga buku ini menjadi referensi yang penting di dalam penelitian yang dilakukan.

F. Kerangka Konseptual

1. Strategi Manajemen Penyiaran

a. Strategi Program

Kata “program” berasal dari bahasa Inggris *programme* yang berarti acara atau rencana.⁴ Program adalah segala hal yang ditampilkan stasiun penyiaran untuk memenuhi kebutuhan *audiennya*. Program atau acara yang disajikan adalah faktor yang membuat *audien* tertarik untuk mengikuti siaran yang dipancarkan stasiun penyiaran. Program atau acara yang baik akan mendapatkan *audien* yang lebih besar, sedangkan program

⁴Morrison. 2008. Hlm 209

atau acara yang buruk tidak akan mendapatkan *audien*. Strategi program yang ditinjau dari aspek manajemen terdiri dari:

1) Perencanaan Program

Pada stasiun televisi, perencanaan program diarahkan pada produksi program yaitu program apa yang akan diproduksi, pemilihan program yang akan dibeli (akuisisi), dan penjadwalan program untuk menarik sebanyak mungkin *audien* yang tersedia pada waktu tertentu.⁵ Bagian program stasiun televisi harus mempertimbangkan berbagai faktor dalam merencanakan program yang akan disiarkannya. Peter Pringle (1991) mengemukakan beberapa faktor terpenting sebagai berikut:⁶

a) Persaingan

Pengelola program stasiun televisi perlu mempelajari kekuatan dan kelemahan program stasiun saingan pada setiap waktu siaran yang mencakup jumlah *audien* yang bisa ditarik dan ciri-ciri demografis *audien* yang tersedia pada setiap bagian waktu siaran. Dalam hal ini, pada setiap waktu siaran terdapat dua pilihan dalam menayangkan suatu program, yaitu:

- (1) Mencoba menarik *audien* yang tengah menyaksikan program pada stasiun saingan dengan menayangkan program sejenis.

⁵Morrison. 2008. Hlm 274

⁶Peter Pringle(1991). Sebagaimana dikutip Morrison. 2008. Hlm 295

- (2) Menayangkan program yang berbeda dengan program stasiun saingan dalam upaya untuk memenuhi kebutuhan program *audien* yang belum terpenuhi.

b) Ketersediaan *Audien*

Audien yang ada atau tersedia pada setiap bagian waktu siaran menjadi faktor menentukan yang harus dipertimbangkan secara cermat oleh pengelola program stasiun televisi dalam pemilihan program dan menentukan waktu penayangan program. Berikut tabel yang menjelaskan komposisi *audien* yang terbentuk pada waktu-waktu tertentu setiap harinya.

Tabel 1. Pembagian Waktu Siaran dan Ketersediaan *Audien*
(Sumber: Morissan, 2008)

Bagian Hari		<i>Audien Tersedia</i>
Pagi (06.00 – 09.00)	Hari	Anak-anak, ibu rumah tangga, pensiunan, pelajar dan karyawan yang bertugas secara giliran.
Jelang (09.00 – 12.00)	Siang	Anak-anak prasekolah, ibu rumah tangga, pensiunan, dan karyawan yang bertugas secara giliran (<i>shift</i>).
Siang (12.00 – 16.00)	Hari	Karyawan yang makan siang di rumah, pelajar yang pulang dari sekolah.
Sore Hari (<i>early fringe</i>) (16.00 – 18.00)		Karyawan yang pulang dari tempat kerja, anak-anak dan remaja.
Awal Malam (<i>early Evening</i>)		Hampir sebagian besar <i>audien</i> sudah berada

(18.00 – 19.00)	dirumah.
Jelang Waktu Utama (<i>prime acces</i>) (19.00 – 20.00)	Seluruh <i>audien</i> tersedia menonton TV pada waktu ini.
Waktu Utama (<i>prime time</i>) (20.00 – 23.00)	Seluruh <i>audien</i> tersedia pada waktu ini utamanya antara pukul 20.00 – 21.00. Namun setelah itu, <i>audien</i> mulai berkurang utamanya anak-anak, para pensiunan dan mereka yang harus tidur lebih cepat agar dapat bangun pagi-pagi.
Jelang Tengah Malam (<i>late fringe</i>) (23.00 – 23.30)	Umumnya orang dewasa.
Akhir Malam (<i>late night</i>) (23.30 – 02.00)	Orang dewasa, termasuk karyawan yang bertugas secara giliran (<i>shift</i>).

c) Kebiasaan *Audien*

Pada dasarnya jumlah *audien* televisi dapat diperkirakan pada setiap bagian harinya; *audien* terbanyak terdapat pada saat jam tayangan utama (*prime time*) dan *audien* paling sedikit adalah pada dini hari. Suatu rangkaian program (*series*) yang ditayangkan pada waktu yang sama sepanjang minggu akan mendorong *audien* untuk memiliki kebiasaan menonton.

d) Ketertarikan Pemasang Iklan

Penayangan program harus dapat menarik minat pemasang iklan dan *audien* agar bisa berhasil. Pada umumnya pemasang

iklan memiliki target *audien* utama yaitu wanita yang berumur antara 25 hingga 54 tahun karena mereka merupakan konsumen potensial.

e) Ketersediaan Program

Stasiun televisi harus memiliki stok program. Program bisa didapat dengan produksi sendiri dan membeli dari perusahaan film atau distributor program.

2) Produksi Program

Manajer program bertanggung jawab melaksanakan rencana program yang sudah ditetapkan dengan cara memproduksi sendiri program atau mendapatkannya dari sumber lain atau akuisisi (membeli).

a) Produksi Sendiri

Program yang dibuat sendiri (*in-house production*) adalah program acara yang dibuat oleh stasiun televisi itu sendiri. Program yang dibuat sendiri biasanya adalah program berita, dan program yang terkait dengan informasi, misalnya: laporan khusus, *infotainment*, laporan kriminalitas, fenomena sosial, perbincangan (*talkshow*), biografi tokoh, *feature*, film dokumenter. Program yang menggunakan studio, misalnya *game show*, kuis, musik *variety show*, juga termasuk program yang dibuat sendiri.

b) Pembelian Program

Stasiun televisi juga dapat membeli program kepada pihak lain untuk mengisi siarannya. Program yang dibeli dari pihak lain disebut dengan akuisisi program. Program yang dibeli atau dibuat pihak lain utamanya jenis program hiburan, misalnya: program drama (film, sinetron, telenovela), program musik (video musik), program *reality show* dan lain sebagainya.

3) Satuan Kerja Produksi

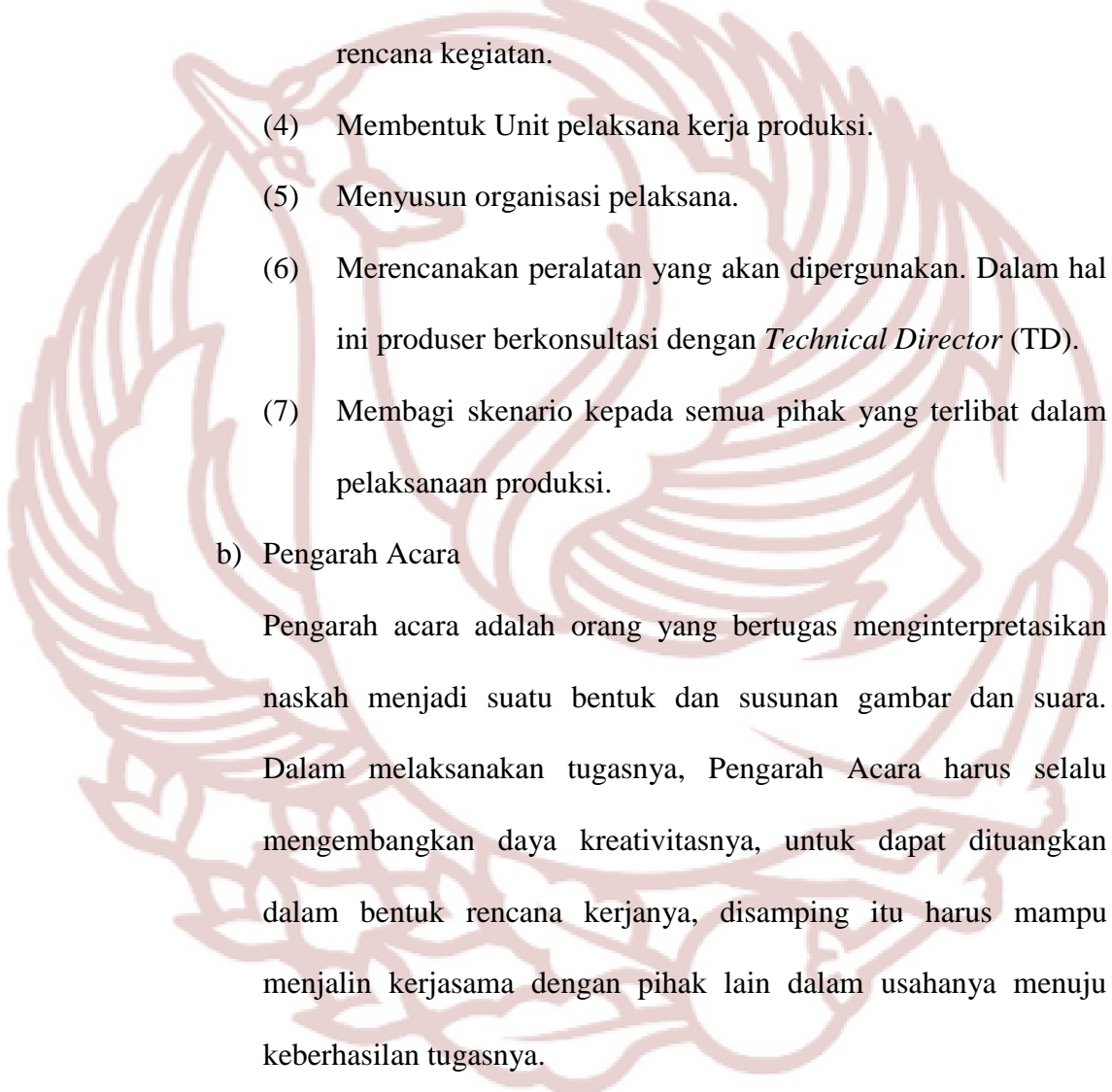
Setiap stasiun penyiaran memiliki satuan kerja produksi masing-masing, berikut tugas dan tanggungjawab masing-masing anggota kerabat kerja produksi:⁷

a) Produser

Produser adalah seorang yang bertanggungjawab terhadap perencanaan suatu acara siaran, seperti telah kita ketahui bahwa sebelum merencanakan suatu acara, timbul suatu ide. Selanjutnya ide ini dituangkan menjadi suatu naskah setelah sebelumnya dikumpulkan data-data yang diperlukan, penulis naskah melaksanakan tugasnya sesuai dengan format yang telah direncanakan.

Apabila materi acara sudah direncanakan secara baik dan sesuai dengan keinginannya, maka langkah berikutnya adalah:

⁷ Darwanto Sastro Subroto. 1994. *Produksi Acara Televisi*. Yogyakarta. Duta Wacana University Press. Hlm 52

- 
- (1) Merencanakan susunan artis bersama pengarah acara yang ditunjuknya.
 - (2) Merencanakan kegiatan.
 - (3) Merencanakan anggaran produksi yang disesuaikan dengan rencana kegiatan.
 - (4) Membentuk Unit pelaksana kerja produksi.
 - (5) Menyusun organisasi pelaksana.
 - (6) Merencanakan peralatan yang akan dipergunakan. Dalam hal ini produser berkonsultasi dengan *Technical Director* (TD).
 - (7) Membagi skenario kepada semua pihak yang terlibat dalam pelaksanaan produksi.

b) Pengarah Acara

Pengarah acara adalah orang yang bertugas menginterpretasikan naskah menjadi suatu bentuk dan susunan gambar dan suara. Dalam melaksanakan tugasnya, Pengarah Acara harus selalu mengembangkan daya kreativitasnya, untuk dapat dituangkan dalam bentuk rencana kerjanya, disamping itu harus mampu menjalin kerjasama dengan pihak lain dalam usahanya menuju keberhasilan tugasnya.

c) Penulis Naskah

Tugas seorang penulis naskah adalah bekerjasama dengan produser dan pengarah acara dalam mengembangkan naskah dan

formatnya. Kemudian melakukan revisi naskah sehingga ada kesepakatan.

d) *Technical Director* (TD)

Seorang *Technical Director* akan bertanggungjawab penuh dalam mempersiapkan segala peralatan yang akan dipergunakan, disamping itu *Technical Director* akan selalu memberikan saran yang bersifat teknis pada saat dilaksanakan pertemuan yang khusus diselenggarakan untuk keperluan itu.

e) *Floor Director* (FD)

Floor Director merupakan wakil pengarah acara di dalam studio, dimana FD akan bertindak sebagai penghubung dalam menyampaikan pesan-pesan pengarah acara kepada kerabat kerja dan para artis pendukungnya dalam bentuk tanda-tanda saat akan dimulai dan berakhirnya suatu acara.

f) Penata Suara

Seorang penata suara akan mengatur persamaan suara yang datang dari berbagai sumber, dengan jalan melakukan perekayasaan dalam penempatan mikrofon dan lain sebagainya.

g) Penata Cahaya

Tugas dan tanggungjawab seorang penata cahaya adalah sebagai berikut:

- (1) Mengembangkan gagasan penataan cahaya.
- (2) Menyiapkan denah penataan lampu.

(3) Mengawasi tata letak dan fokus peralatan tata cahaya.

(4) Bertanggungjawab terhadap keberhasilan penataan tata cahaya di studio.

h) Switcher

Switcher akan bertanggungjawab terhadap pergantian gambar, baik atas permintaan pengarah acara atau sesuai dengan naskah yang telah disusun sebelumnya.

i) Kameramen

Seorang kameramen merupakan tangan kanan seorang pengarah acara. Seorang kameramen harus mempersiapkan kamera untuk pelaksanaan produksi dan mengoperasikan kamera selama produksi berlangsung.

4) Pengawasan dan Evaluasi Program

Proses pengawasan dan evaluasi menentukan seberapa jauh suatu rencana dan tujuan sudah dapat dicapai atau diwujudkan oleh stasiun penyiaran, departemen, dan karyawan. Pengawasan harus dilakukan berdasarkan hasil kerja atau kinerja yang dapat diukur agar fungsi pengawasan dapat berjalan secara efektif. Dalam hal pengawasan program, manajer program harus melakukan hal-hal sebagai berikut:⁸

a) Mempersiapkan standar program stasiun penyiaran.

⁸Peter Pringle. Sebagaimana dikutip Morissan. 2008. Hlm 355

- b) Mengawasi seluruh isi program agar sesuai dengan standar stasiun dan aturan perundangan yang berlaku.
- c) Memelihara catatan (*records*) program yang disiarkan.
- d) Mengarahkan dan mengawasi kegiatan staf departemen program.
- e) Memastikan kepatuhan stasiun terhadap kontrak yang sudah dibuat. Misalnya dengan para pemasok program, lembaga lisensi lagu dan rekaman, stasiun jaringan dan lain-lain.
- f) Memastikan bahwa biaya program tidak melebihi jumlah yang sudah dianggarkan.

b. Pemasaran

Pemasaran adalah satu kegiatan atau proses yang berkaitan dengan memperkenalkan produk barang atau layanan kepada pelanggan (yang dianggap) potensial.⁹ Manajemen pemasaran adalah kegiatan manajemen yang pada intinya berusaha untuk mengidentifikasi apa sesungguhnya yang diinginkan dan dibutuhkan oleh konsumen, mengetahui mangsa pasar, membentuk citra perusahaan, peningkatan target pendapatan, dan bagaimana cara pemenuhannya dapat diwujudkan. Bagian pemasaran (*sales marketing*) memegang peranan penting dalam mendorong kemajuan media penyiaran, bahkan berperan sangat menentukan dalam kelangsungan hidup media penyiaran komersial. Sukses atau gagalnya departemen pemasaran dalam menjalankan fungsinya akan menentukan apakah suatu stasiun penyiaran akan tetap mengudara atau tenggelam.

⁹Hadjanto Djamal, Andi Fachruddin. 2011. *Dasar-Dasar Penyiaran*. Jakarta: Kencana. Hlm 158

c. Teknis Penyiaran

Penyiaran yang merupakan padanan kata *broadcasting* memiliki pengertian sebagai; kegiatan pemancarluasan siaran melalui sarana pemancaran dan/atau sarana transmisi di darat, di laut atau di antariksa dengan menggunakan spektrum frekuensi radio yang berbentuk gelombang elektromagnetik yang merambat melalui udara, kabel dan atau media lainnya untuk dapat diterima secara serentak dan bersamaan oleh masyarakat dengan perangkat penerima siaran.¹⁰ Pemancar televisi dibedakan menjadi dua bagian utama, yaitu sistem suara dan sistem gambar yang kemudian akan diubah menjadi gelombang elektromagnetik untuk dipancarkan ke udara melalui pemancar (*transmitter*). Dengan demikian, pemancar televisi terdiri dari dua jenis, yaitu pemancar suara dan pemancar gambar. Sistem pemancaran (transmisi) dapat dilakukan dengan dua cara; melalui system pemancaran di atas tanah (*terrestrial*) dan sistem satelit yaitu menggunakan jasa sistem komunikasi.

2. Televisi Informasi

Sebagai tinjauan mengenai televisi informasi, dalam penelitian ini menggunakan tinjauan tentang fungsi televisi sebagai media informasi. Informasi tersebut tidak hanya diartikan sebagai pertukaran berita dan pesan, tetapi sebagai kegiatan individu dan kelompok mengenai tukar-menukar data, fakta dan ide.¹¹ Televisi merupakan media penyiaran yang memberikan

¹⁰Morissan, 2008. Hlm 32

¹¹ Onong Uchjana Effendy. 2009. *Ilmu Komunikasi: Teori Dan Praktek*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya. Hlm 27

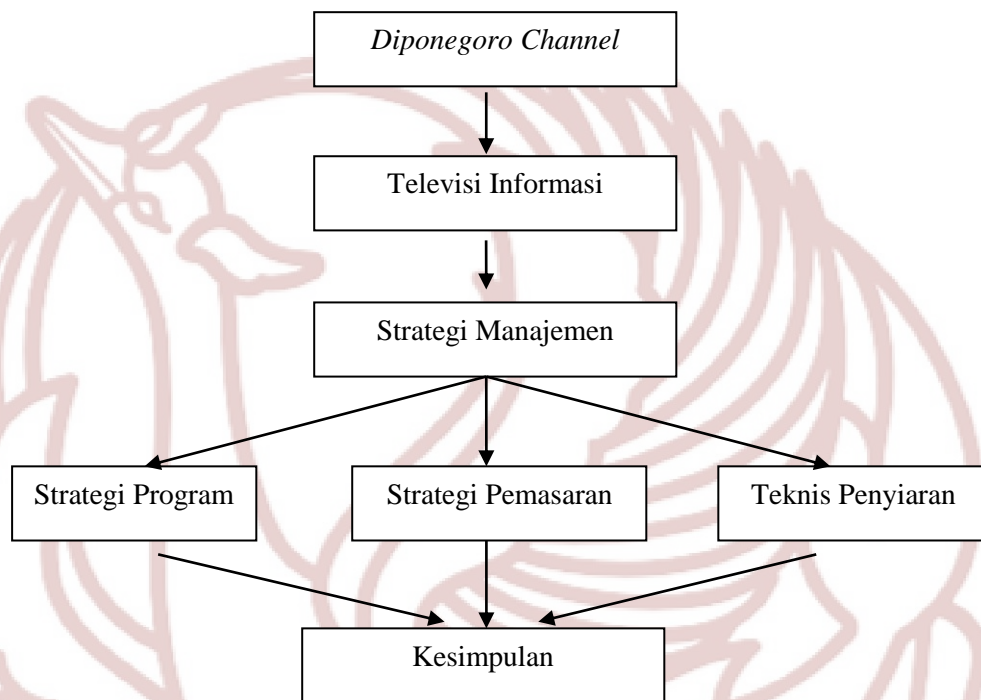
informasi dalam bentuk suara dan gambar secara terprogram. Penyampaian informasi siaran televisi berkewajiban memuat isi siaran yang pada intinya sebagai berikut:¹²

- a. Isi siaran wajib mengandung informasi, pendidikan, hiburan, dan manfaat untuk pembentukan intelektualitas, watak, moral, kemajuan, kekuatan bangsa, menjaga persatuan dan kesatuan, serta mengamalkan nilai-nilai agama dan budaya Indonesia.
- b. Isi siaran wajib dijaga netralitasnya dan tidak boleh mengutamakan kepentingan golongan tertentu.
- c. Isi siaran dilarang:
 - 1) Bersifat fitnah, menghasut, menyesatkan dan/atau bohong;
 - 2) Menonjolkan unsur kekerasan, cabul, perjudian, penyalah-gunaan narkoba dan obat terlarang; atau
 - 3) mempertentangkan suku, agama, ras, dan antargolongan.
- d. Isi siaran dilarang memperolokkan, merendahkan, melecehkan dan/atau mengabaikan nilai-nilai agama, martabat manusia Indonesia, atau merusak hubungan internasional.

¹² Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 32 Tahun 2002 Tentang Penyiaran. Hlm 16

3. Alur Pikir Penelitian

Alur pikir disusun sebagai pemahaman dan analisis untuk menjawab permasalahan dalam penelitian.



Gambar 1. Bagan Alur Pikir

Penelitian ini berangkat dari hadirnya *Diponegoro Channel* sebagai televisi informasi yang berada di bawah naungan Kodam IV/Diponegoro. Di dalam *Diponegoro Channel* diteliti 3 pilar utama media penyiaran yaitu strategi program, strategi pemasaran dan teknik penyiaran. Kemudian strategi manajemen pada tiga pilar yang dijalankan oleh *Diponegoro Channel* tersebut dianalisis. Terakhir adalah penarikan kesimpulan dari hasil analisis mengenai strategi manajemen *Diponegoro Channel* sebagai televisi informasi.

G. Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian

Metode yang dilakukan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif. Menurut Moleong dalam bukunya *Metode Penelitian Kualitatif*, penelitian kualitatif adalah penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan dan lain sebagainya, dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah.¹³ Metode kualitatif dijadikan sebagai instrumen utama penelitian dimana penarikan kesimpulan yang dilakukan berdasarkan hasil wawancara dan hasil observasi secara langsung terhadap objek penelitian. Penelitian ini memaparkan tentang hasil analisis strategi manajemen yang dilakukan oleh *Diponegoro Channel* sebagai televisi informasi secara deskriptif.

2. Objek Penelitian

Objek penelitian merupakan sesuatu yang ingin diteliti. Objek penelitian dalam penelitian ini adalah *Diponegoro Channel*, sebuah stasiun televisi informasi yang berada di bawah naungan Kodam IV/Diponegoro. *Diponegoro Channel* berkantor di markas Kodam IV/Diponegoro, yaitu di Jalan Perintis Kemerdekaan, Watugong, Semarang.

¹³Lexy J. Moleong. 2012. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya. Hlm 6

3. Sumber Data

Dalam penelitian kualitatif, ada dua jenis data penelitian yaitu data primer dan data sekunder.

a. Sumber Data Primer

Sumber data primer dalam penelitian ini diperoleh dari hasil wawancara mendalam dengan informan dan hasil observasi yang berupa uraian yang didapatkan berdasarkan pengamatan secara langsung terhadap objek kajian. Informan dalam penelitian ini dipilih berdasarkan atas subjek yang menguasai permasalahan, memiliki data dan bersedia memberikan informasi yang lengkap dan akurat yaitu Mayor Inf. Noven Kurniawan selaku Kepala Seksi Media Elektronik dan Noorlaila Mentari selaku produser *Diponegoro Channel*.

b. Sumber Data Sekunder

Data sekunder adalah data pendukung untuk melengkapi data primer. Data sekunder penelitian ini didapatkan dari arsip-arsip dokumen milik *Diponegoro Channel* yang berisi profil dan hal-hal yang berkaitan dengan manajemen *Diponegoro Channel*.

4. Teknik Pengumpulan Data

Untuk mendapatkan data yang lengkap, digunakan berbagai teknik pengumpulan data. Teknik yang digunakan adalah observasi, wawancara dan studi pustaka.

a. Observasi

Observasi adalah suatu kegiatan mencari data yang dapat digunakan untuk memberikan suatu kesimpulan atau diagnosis. Tujuan dari observasi adalah untuk mendeskripsikan lingkungan (*site*) yang diamati, aktivitas-aktivitas yang berlangsung, individu-individu yang terlibat dalam lingkungan tersebut beserta aktivitas dan perilaku yang dimunculkan, serta makna kejadian berdasarkan perspektif individu yang terlibat tersebut.¹⁴ Dalam pengumpulan data, peneliti secara langsung melakukan pengamatan terhadap objek penelitian di *Diponegoro Channel* untuk mengetahui strategi manajemen yang dilakukan *Diponegoro Channel* sebagai televisi informasi.

b. Wawancara

Wawancara merupakan metode pengumpulan data yang sering digunakan dalam penelitian kualitatif. Menurut Moleong dalam bukunya *Metodologi Penelitian Kualitatif* tahun 2012, wawancara adalah percakapan dengan maksud tertentu. Percakapan dilakukan oleh dua pihak, yaitu pewawancara (*interviewer*) yang mengajukan pertanyaan dan terwawancara (*interviewee*) yang memberikan jawaban atas pertanyaan itu. Dalam penelitian ini menggunakan dua jenis wawancara, yaitu wawancara terstruktur dan wawancara tak terstruktur atau wawancara terbuka.

Wawancara terstruktur digunakan sebagai teknik pengumpulan data, bila peneliti atau pengumpul data telah mengetahui dengan pasti

¹⁴Haris Herdiansyah. 2014. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Jakarta Selatan: Salemba Humanika. Hlm. 132

tentang informasi apa yang akan diperoleh.¹⁵ Dalam penelitian ini, dilakukan wawancara mendalam untuk memperoleh data mengenai bagaimana strategi manajemen *Diponegoro Channel* sebagai televisi informasi. Teknik ini dilakukan terhadap Noorlaila Mentari selaku Produser dan Mayor Inf. Noven Kurniawan selaku Kepala Seksi Media Elektronik *Diponegoro Channel*.

Wawancara tidak terstruktur adalah wawancara yang bebas dimana peneliti tidak menggunakan pedoman wawancara yang telah tersusun secara sistematis dan lengkap untuk pengumpulan datanya.¹⁶ Teknik ini dilakukan secara spontan terhadap kru *Diponegoro Channel*.

c. Studi Dokumen

Dokumen merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seseorang.¹⁷ Dokumen yang berbentuk tulisan misalnya catatan harian, sejarah kehidupan, biografi, peraturan dan kebijakan. Dokumen yang berbentuk gambar misalnya foto, gambar hidup, sketsa. Dokumen yang berbentuk karya misalnya karya seni, yang dapat berupa gambar, patung, film. Studi dokumen merupakan pelengkap dari penggunaan metode observasi dan wawancara dalam penelitian kualitatif.

Peneliti dalam penelitian ini memperkuat data dengan mengumpulkan bahan dokumen dan arsip-arsip yang dimiliki *Diponegoro Channel*, berupa foto, video maupun arsip tertulis *Diponegoro Channel*.

¹⁵Sugiyono. 2012. Hlm 73

¹⁶Sugiyono. 2012. Hlm 74

¹⁷Sugiyono. 2012. Hlm 82

5. Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan tahap berikutnya yang dilakukan guna mencari, menata dan merumuskan kesimpulan secara sistematis dari hasil observasi, wawancara dan studi dokumen. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik analisis model interaktif milik Miles dan Huberman, dimana aktivitas dalam analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus-menerus sampai tuntas, sehingga datanya jenuh.¹⁸

Teknik analisis data model interaktif terdiri atas beberapa tahapan yang harus dilakukan, yaitu:

a. Reduksi Data

Reduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari pola dan temanya. Dalam tahap reduksi data yang terkumpul kemudian diseleksi sesuai dengan kriteria yaitu data yang berkaitan dengan strategi manajemen *Diponegoro Channel*, di luar itu data dibuang.

b. Penyajian Data

Penyajian data dalam penelitian kualitatif bisa dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori, *flowchart* dan sejenisnya. Melalui penyajian data tersebut, maka data terorganisasikan, tersusun dalam pola hubungan, sehingga akan semakin mudah

¹⁸Miles and Huberman (1984) sebagaimana dikutip Sugiyono. 2012. Hlm 91

dipahami.¹⁹ Dalam penelitian ini peneliti menyajikan data dalam bentuk teks uraian yang mendeskripsikan, bagan, dan tabel yang berhubungan dengan *Diponegoro Channel* yang telah direduksi sebelumnya.

c. Penarikan Kesimpulan dan Verifikasi

Tahapan verifikasi data dalam penelitian ini adalah dengan melihat, meninjau, menganalisis data dan meneliti kembali hasil penelitian. Tahapan verifikasi dilakukan dengan membandingkan hasil wawancara, hasil observasi di *Diponegoro Channel* mengenai strategi manajemen yang dilakukan oleh *Diponegoro Channel* dan juga program-program *Diponegoro Channel* untuk kemudian ditarik kesimpulan. Penarikan kesimpulan dapat menjelaskan mengenai permasalahan penelitian ini, yaitu bagaimana strategi manajemen yang dijalankan *Diponegoro Channel* sebagai televisi informasi.

H. Sistematika Penulisan

Untuk memudahkan pemahaman dalam penyusunan skripsi ini, penulis membuat sistematika pembahasan sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisi tentang latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, tinjauan pustaka, kerangka konseptual, metode penelitian, sistematika penulisan dan jadwal penelitian.

¹⁹Sugiyono. 2012. Hlm 95

BAB II *DIPONEGORO CHANNEL*

Bab ini berisi uraian mengenai gambaran umum *Diponegoro Channel* yang terdiri dari Sejarah *Diponegoro Channel*, Visi dan Misi *Diponegoro Channel*, Materi Siaran Program, Sumber Daya Manusia, Perangkat dan Perlengkapan *Diponegoro Channel*.

BAB III HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi mengenai pembahasan hasil analisis strategi manajemen yang dilakukan *Diponegoro Channel* sebagai televisi informasi.

BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisi mengenai kesimpulan atas jawaban dari rumusan masalah penelitian ini dan saran dari hasil penelitian yang telah dilakukan.

BAB II

DIPONEGORO CHANNEL

A. Sejarah Diponegoro Channel

Diponegoro Channel merupakan media penyiaran di bawah naungan Kodam IV/ Diponegoro. Pertama kali diluncurkan dan diresmikan pada tanggal 16 Juni 2014 oleh Kepala Staf TNI AD Jenderal Budiman pada masa itu dengan tujuan untuk membangun kehumasan dengan masyarakat. *Diponegoro Channel* didirikan dengan tujuan untuk menjadi media penyeimbang dan media alternatif untuk menggugah rasa kebangsaan, toleransi, cinta tanah air dalam keanekaragaman Bhinneka Tunggal Ika, serta merupakan media hiburan yang memberikan tayangan yang menarik dan menghibur masyarakat dengan konsep pengemasan program acara secara kreatif, unik dalam format *edutainment*.²⁰

Diponegoro Channel merupakan televisi informasi TNI pertama di Indonesia.²¹ *Diponegoro Channel* menampilkan tayangan kegiatan-kegiatan TNI AD Kodam IV/Diponegoro. Kemudian sejalan dengan Penerangan Kodam IV/ Diponegoro, *Diponegoro Channel* didirikan dengan tujuan untuk memberikan dan menyiarkan informasi mengenai kegiatan-kegiatan yang dilakukan TNI Kodam IV/ Diponegoro agar sampai kepada masyarakat. *Diponegoro Channel* berkantor di dalam kompleks markas komando Kodam IV/Diponegoro di kawasan Banyumanik, Semarang.

²⁰ Dokumen *Diponegoro Channel*, 2014

²¹ “Kodam Diponegoro Miliki Televisi Informasi”, Sindo News, 23 Juli 2018



Gambar 2. Kantor *Diponegoro Channel*
(Sumber: Mega Kusumawati, 2018)

Diponegoro Channel didirikan dengan modal berasal dari Penerangan Kodam IV/Diponegoro. Sebagai televisi yang baru berdiri pada tahun 2014 lalu, *Diponegoro Channel* perlu bekerja sama dengan institusi penyiaran lokal untuk menayangkan programnya agar lebih dikenal masyarakat khususnya masyarakat kota Semarang. Pada bulan September 2014, *Diponegoro Channel* melakukan kerja sama di bidang penyiaran program berita dan hiburan dengan Cakra Semarang TV. Program yang disiarkan saat itu adalah *Lintas Kodam 4* dan *Panggung Prajurit*.

Diponegoro Channel hadir di tengah masyarakat sebagai sarana mendekatkan TNI AD dengan rakyat berbasis teknologi *audio-visual* berupa televisi. Dengan menyajikan siaran program-program acara yang dapat menjangkau seluruh lapisan masyarakat mulai dari anak-anak hingga orang dewasa. Tayangan *Diponegoro Channel* dapat dilihat di aplikasi *android* yang dapat diunduh di *Google Play* dengan nama *Diponegoro Channel*. Untuk saat ini, *Diponegoro Channel* juga menyiarkan tayangannya lewat web milik radio *Suara Diponegoro*, yaitu www.suaradiponegoro.com yang merupakan media penyiaran

di bawah Penerangan Kodam IV/Diponegoro, dan menyiarkan tayangannya di akun *youtube* milik Diponegoro Channel.



Gambar 3. Tayangan *Diponegoro Channel* di web *Suara Diponegoro* (Sumber: <https://radiosuaradiponegoro.com>)

Sebagaimana organisasi atau perusahaan lain, Diponegoro Channel menggunakan manajemen dalam menjalankan kegiatannya. Manajemen diperlukan oleh semua organisasi karena tanpa manajemen pencapaian tujuan akan lebih sulit. Ada tiga alasan utama mengapa manajemen perlu dilakukan:²²

1. Untuk mencapai tujuan. Manajemen dibutuhkan untuk mencapai tujuan organisasi.
2. Untuk menjaga keseimbangan. Manajemen dibutuhkan untuk menjaga keseimbangan antara tujuan-tujuan, sasaran-sasaran dan kegiatan-kegiatan yang saling bertentangan dari pihak-pihak yang berkepentingan dalam organisasi.

²² Morissan. 2008. Hlm 135

3. Untuk mencapai efisiensi dan efektivitas. Suatu kerja organisasi dapat diukur dengan banyak cara yang berbeda, salah satu cara umum yang banyak dilakukan adalah dengan menggunakan patokan efisiensi dan efektivitas.

B. Visi, Misi dan Logo *Diponegoro Channel*

Diponegoro Channel merupakan stasiun televisi komunitas yang format programnya lebih berorientasi pada berita khususnya mengenai kegiatan TNI Indonesia, berikut ini merupakan visi dan misi yang diemban oleh *Diponegoro Channel*:

1. Visi *Diponegoro Channel*

Menjadi media penyiaran yang mengutamakan kualitas dan pelayanan terbaik untuk mewujudkan kemandirian TNI dan rakyat.

2. Misi *Diponegoro Channel*

- a. Menjadi industri penyiaran yang menyajikan informasi lengkap, faktual dan berimbang sehingga menjadi informasi, pendidikan, hiburan dan kontrol sosial masyarakat dan akhirnya membentuk SDM (Sumber Daya Manusia) dengan pola pikir dan tingkah laku yang positif dan maju.
- b. Menjadikan media televisi yang berperan serta dalam pembangunan Jawa Tengah dan DIY dengan mengembangkan potensi masyarakat yang mengakar pada nilai – nilai agama, norma, dan budaya daerah menuju masyarakat yang sejahtera, adil dan makmur.
- c. Membangun perusahaan dan industri televisi yang memiliki kredibilitas, kapabilitas yang tinggi sehingga menjadi media elektronik lokal yang

unggul, sehat, kokoh, kuat dan bermartabat serta bermanfaat bagi masyarakat dan lingkungannya.

- d. Mempererat tali persatuan, rasa kebersamaan dan persaudaraan seluruh lapisan masyarakat Jawa Tengah dan DIY untuk mencapai kemajuan bersama.

3. Logo *Diponegoro Channel*

Sebagai sebuah stasiun penyiaran, *Diponegoro Channel* memiliki logo sebagai identitasnya. Gambar berikut merupakan logo dari stasiun televisi komunitas *Diponegoro Channel*. Lambang atau logo *Diponegoro Channel* adalah bentuk suatu kesatuan gambar dan tulisan.



Gambar 4. Logo *Diponegoro Channel*
(Sumber: @Diponegoro_Channel)

Berikut merupakan penjelasan makna dari logo *Diponegoro Channel*:

- a. Bintang berwarna kuning dan bersudut lima terletak di posisi paling atas melambangkan Pancasila. Balutan warna hitam pada bintang memiliki makna bahwa semua kinerja *Diponegoro Channel* dilakukan atas perlindungan Tuhan Yang Maha Esa yang memberikan ketenangan dan keseriusan dalam mencapai visi dan misi yang telah ditetapkan.

b. Warna kuning yang dipakai pada gambar bintang bersudut lima memiliki arti:

- 1) Terang, cerdas, enerjik, kreativitas, kemahiran, keterampilan, dan ketangkasan.
- 2) Makna : *Diponegoro Channel* dinaungi oleh Pancasila serta Undang-Undang Dasar 1945. Naungan tersebut selain memberi terang bagi masyarakat juga menjadi landasan yang cerdas, selalu memberi energi/semangat dan memicu kreativitas, kemahiran, keterampilan dan ketangkasan bagi *Diponegoro Channel*.

c. Simbol tameng : Reinkarnasi *border* lambang kodam IV yang juga melambangkan bahwa media siar *Diponegoro Channel* adalah salah satu bentuk pertahanan negara modern yang dilakukan oleh kodam IV/ Diponegoro.

d. Warna merah pada bagian tameng memiliki arti:

- 1) Berani, cinta, energi, kekuatan.
- 2) Makna : Berani dalam penyerangan dan pertahanan di bidang media siar *audio-visual* dengan mengikuti aturan yang ada dan dilakukan atas dasar cinta NKRI dengan sepenuh energi dan kekuatan.

e. Motif besi pada tulisan melambangkan bahwa semua tayangan *Diponegoro Channel* memberi rasa aman pada masyarakat. Menyajikan isi yang cerdas dan dapat diandalkan kebenarannya agar menjaga kesucian nilai-nilai pancasila dan Undang-Undang Dasar 1945 secara kokoh.

f. Warna putih abu-abu/ perak pada tulisan Diponegoro dan Channel memiliki arti:

- 1) Keamanan, keandalan, kecerdasan, kokoh, suci.
- 2) Makna Diponegoro : Semua tayangan *Diponegoro Channel* memberi rasa aman pada masyarakat, menyajikan isi yang cerdas dan dapat diandalkan kebenarannya agar menjaga kesucian nilai-nilai pancasila dan Undang-Undang Dasar 1945 secara kokoh.
- 3) Makna Channel : Memiliki konten siar yang tidak terbatas pada satu jenis *platform* dan satu stasiun televisi sehingga siaran siaran *Diponegoro Channel* dapat dinikmati kapan saja, di mana saja dan oleh siapa saja dalam situasi apa saja.

g. Tulisan kata “Diponegoro” diambil dari nama Pangeran Diponegoro, seorang pahlawan nasional dari Jawa Tengah yang perjuangannya sarat dengan nilai-nilai luhur dan semangat melekat dalam jiwa, semangat dan kepribadian bangsa Indonesia pada umumnya. Masyarakat Jawa Tengah dan Yogyakarta khususnya. Selain itu Diponegoro adalah identitas Kodam IV sebagai pemilik *Diponegoro Channel*.

h. Keris bertangkai putih, berbilah hitam dan berpamor putih merupakan perpaduan dari :

- 1) Keris : Senjata pusaka, melambangkan kesaktian.
- 2) Bilah hitam : Tajam dan tenang, melambangkan jiwa yang tajam, tenang dan bijaksana.
- 3) Tangkai putih : Pegangan suci, melambangkan dasar kesucian.

- 4) Pamor putih : Bersih, melambangkan prinsip bahwa kebersihan rohani menimbulkan daya upaya yang suci bijaksana dan waspada.

C. Sasaran Khalayak Dan Materi Siaran Program

Program-program yang ditayangkan *Diponegoro Channel* ditujukan untuk seluruh lapisan masyarakat di Indonesia pada umumnya, dan masyarakat dengan profesi TNI pada khususnya. Program yang disajikan semuanya berhubungan dengan TNI Indonesia khususnya Kodam IV/Diponegoro. Selain itu program-program yang dihadirkan sangat bermanfaat untuk satuan TNI di seluruh Indonesia karena mereka dapat melihat kegiatan-kegiatan apa saja yang sedang dilakukan rekan sesama TNI di wilayah lain. Anggaran untuk program yang diproduksi *Diponegoro Channel* adalah sebesar Rp 600.000 untuk tiap episodenya.

Program-program yang ditayangkan *Diponegoro Channel* antara lain program hiburan, program berita, dokumenter pendek dan lain sebagainya. Berikut program-program acara *Diponegoro Channel*:

1. Program Acara *Diponegoro Channel*

a. Ramadhan Siaga

Judul program : *Ramadhan Siaga*
Format Produksi : *Taping*
Durasi : 30 menit, setiap hari pukul 16:30
Siaran sejak : Juni 2016 – Juli 2016



Gambar 5. Cuplikan program *Ramadhan Siaga*

Ramadhan Siaga merupakan sebuah program acara tausiyah. Program ini tayang pada bulan Ramadhan pada tahun 2016. Program ini menampilkan tausiyah-tausiyah dari ustaz yang juga tentara AD Kodam IV/Diponegoro.

b. SOWAN

Judul program : *SOWAN – Satuan Punya Unggulan*

Format program : Dokumenter pendek

Format Produksi : *Taping*

Durasi : 30 menit, Selasa pukul 09:00



Gambar 6. Cuplikan program *SOWAN*

SOWAN (Satuan Punya Unggulan) merupakan sebuah program acara dokumenter pendek di *Diponegoro Channel*. Program ini mengangkat kisah-kisah tentara yang tidak hanya mengabdikan dirinya untuk negara Indonesia, tetapi juga bermanfaat bagi masyarakat di sekitarnya. Tentara tersebut mendirikan usaha atau kegiatan yang berdampak positif bagi masyarakat di sekitar lingkungannya.

c. *Lintas Kodam 4*

Judul program : *Lintas Kodam 4*
Format program : Program Berita
Format Produksi : *Taping*
Durasi : 60 menit, Senin pukul 09:00



Gambar 7. Cuplikan program *Lintas Kodam 4*

Lintas Kodam 4 merupakan sebuah program berita, dimana di dalamnya memberitakan tentang segala hal atau kegiatan yang berhubungan dengan TNI Kodam IV/ Diponegoro.

d. *Bincang Suara Diponegoro*

Judul program : *Bincang Suara Diponegoro*

Format program : Program Talkshow
Format Produksi : *Taping*
Durasi : 30 menit
Siaran sejak : Maret 2016 - sekarang



Gambar 8. Cuplikan program *Bincang Suara Diponegoro*

Bincang Suara Diponegoro merupakan program talkshow, dimana di dalamnya menampilkan musisi baik musisi yang sudah terkenal maupun musisi *indie*. Program acara ini bekerja sama dengan Radio Suara Diponegoro

e. *Panggung Prajurit*

Judul program : *Panggung Prajurit*
Format program : Program hiburan
Durasi/ Tayang : 60 menit, setiap hari Kamis pukul 16:00



Gambar 9. Cuplikan program *Panggung Prajurit*

Panggung Prajurit merupakan program acara hiburan. Program ini menampilkan bakat-bakat dari para TNI Kodam IV/Diponegoro. Bakat-bakat tersebut diantaranya bakat menyanyi, memainkan alat musik, menari dan lain sebagainya. Para tentara dapat tampil secara grup, duet maupun solo. Program ini dipandu oleh 2 pembawa acara.

f. *Refleksi Nusantara*

Judul program : *Refleksi Nusantara*
 Format program : Program Talkshow
 Format Produksi : *Taping*
 Durasi/ Tayang : 60 menit, setiap hari Rabu pukul 16:00



Gambar 10. Cuplikan program *Refleksi Nusantara*

Refleksi Nusantara merupakan program talkshow di *Diponegoro Channel* yang tayang tahun 2015 lalu. Program ini dipandu oleh seorang pembawa acara.

g. *Lensa Prajurit*

Judul program : *Lensa Prajurit*
Format program : Program Dokumenter pendek
Format Produksi : *Taping*
Durasi/ Tayang : 30 menit, Jum'at pukul 09:00



Gambar 11. Cuplikan program *Lensa Prajurit*

Lensa Prajurit merupakan program dokumenter pendek yang mengangkat profil Batalyon. *Lensa Prajurit* berdurasi 30 menit dan tayang setiap hari Jum'at pukul 09:00 WIB.

h. *Sejarah Negeriku*

Judul program : *Sejarah Negeriku*
Format program : Program Dokumenter Pendek
Format Produksi : *Taping*
Durasi/ Tayang : 30 menit, Sabtu pukul 09:00



Gambar 12. Cuplikan program *Sejarah Negeriku*

Sejarah Negeriku merupakan sebuah program dokumenter pendek yang membahas mengenai sejarah-sejarah negeri. Program ini dibuat agar generasi-generasi muda tahu tentang sejarah yang ada di Indonesia. Program ini berdurasi 30 menit dan tayang setiap hari Sabtu pukul 09:00 WIB.

i. *Secangkir Informasi*

Judul program : *Secangkir Informasi*
 Format program : Program Berita
 Format Produksi : *Taping*
 Durasi/ Tayang : 60 menit, setiap hari jam 07:00



Gambar 13. Cuplikan program *Secangkir Informasi*

Secangkir Informasi merupakan sebuah program dengan format berita. Sama seperti program berita yang ada di *Diponegoro Channel*, *Secangkir Informasi* juga memberitakan mengenai TNI AD. Program *Secangkir Informasi* berdurasi 60 menit dan tayang setiap hari pukul 07:00 WIB.

j. *Assalamualaikum Ramadhan*

Judul program : *Assalamualaikum Ramadhan*
Format program : Program Talkshow
Format Produksi : *Taping*
Durasi/ Tayang : 30 menit, setiap hari pukul 16:30



Gambar 14. Cuplikan program *Assalamualaikum Ramadhan*

Assalamualaikum Ramadhan merupakan program talkshow yang tayang pada bulan Ramadhan tahun 2017 di *Diponegoro Channel*. Pada tiap episode-nya, program *Assalamualaikum Ramadhan* memberikan kesempatan kepada *audien* bertanya yang kemudian akan dijawab oleh seorang ustaz. Program ini berdurasi 30 menit dan tayang menjelang adzan maghrib atau saat menjelang buka puasa.

k. *Ton Tangkas*

Judul program : *Ton Tangkas*
Format Produksi : *Live*
Durasi/ Tayang : tidak tentu, tayang saat lomba *Ton Tangkas*
berlangsung
Siaran sejak : 2015 - sekarang



Gambar 15. Cuplikan program *Ton Tangkas*

Ton Tangkas merupakan sebuah program dari *Diponegoro Channel* yang disiarkan secara langsung dua kali dalam setahun. Program ini menampilkan siaran langsung pertandingan *Ton Tangkas*. Program ini tidak memiliki durasi tertentu, karena tayang mulai dari awal lomba hingga lomba berakhir.

l. *Suri Tauladan Prajurit Beriman*

Judul program : *Suri Tauladan Prajurit Beriman*
Format program : Program *Magazine*
Format Produksi : *Taping*

Durasi/ Tayang : 30 menit, setiap hari pukul 16:30 WIB



Gambar 16. Cuplikan Program *Suri Tauladan Prajurit Beriman*
(Sumber: *Diponegoro Channel*)

Suri Tauladan Prajurit Beriman merupakan program *Diponegoro Channel* yang tayang saat bulan Ramadhan 2018. Program ini tayang setiap hari selama bulan Ramadhan pada pukul 16:30 WIB.

Dari semua program acara yang telah diproduksi *Diponegoro Channel*, sebagian besar programnya berformat berita serta talkshow dan sedikit program hiburan. Dengan banyak memproduksi program berita merupakan strategi dalam upaya menghemat waktu dan menekan biaya produksi. Karena program dengan format hiburan seperti program *Panggung Prajurit* memakan banyak waktu tentara dalam produksinya, mulai dari persiapan atau latihan sebelum pementasan sampai dengan proses produksi.

Semenjak tahun 2017, *Diponegoro Channel* berhenti sejenak dalam pembuatan programnya. Hal tersebut terjadi karena Penerangan Kodam IV/Diponegoro yang menaungi *Diponegoro Channel* kekurangan personel dalam peliputan kegiatannya. Kru *Diponegoro Channel* harus membantu setiap peliputan

yang diperintahkan Panglima Kodam IV/Diponegoro. Kemudian untuk saat ini *Diponegoro Channel* sedang dalam proses perencanaan program untuk program *SOWAN Season 2* dan program spesial Ramadhan yaitu *Suri Tauladan Prajurit Beriman*.

D. Sumber Daya Manusia

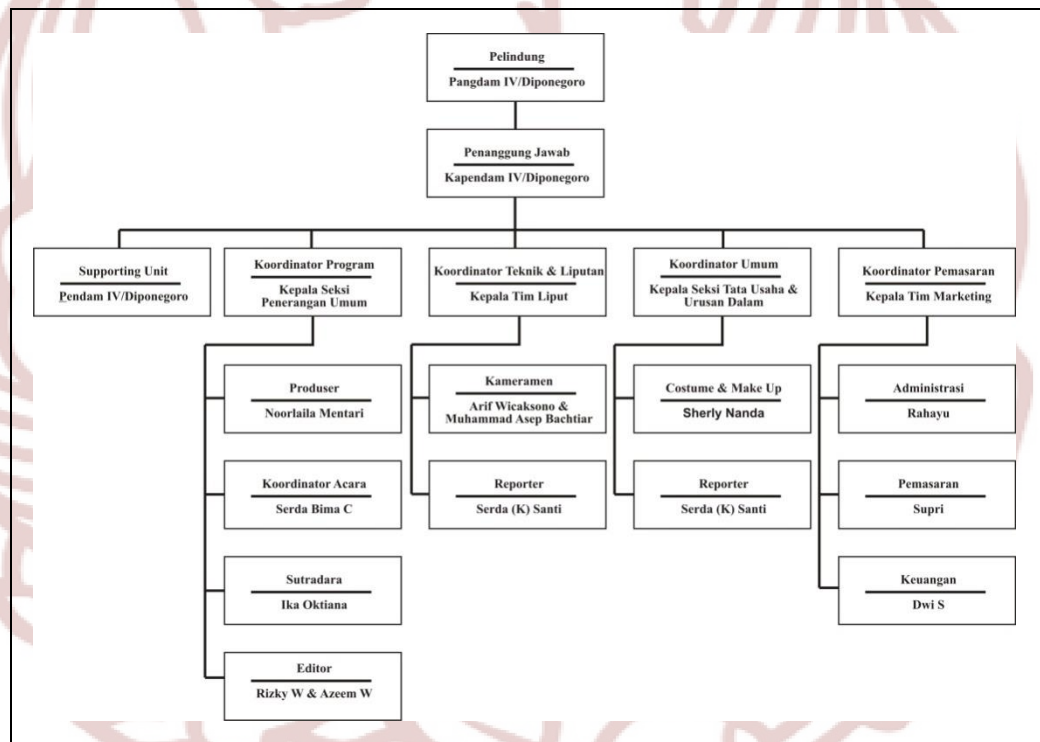
Diponegoro Channel adalah media *audio-visual* yang berada langsung di bawah naungan Penerangan Kodam IV/ Diponegoro. *Diponegoro Channel* mempunyai 6 orang kru yang memiliki kemampuan di bidang penyiaran dan produksi multimedia. 6 kru tersebut terdiri dari produser, sutradara, 2 kameramen dan 2 editor. Untuk gaji kru *Diponegoro Channel* diambil dari majalah *Gema Diponegoro*. Majalah *Gema Diponegoro* merupakan majalah milik Kodam IV/Diponegoro yang dibuat oleh Penerangan Kodam IV/Diponegoro.

Untuk sebuah stasiun penyiaran, kru yang dimiliki *Diponegoro Channel* terbilang sedikit sedangkan dalam sehari, *Diponegoro Channel* melakukan lebih dari sekali produksi. Oleh karena itu, semua kru *Diponegoro Channel* dituntut untuk mau belajar agar bisa mengerjakan segala sesuatu menyangkut kegiatan multimedia. Setiap kru dari *Diponegoro Channel* dengan tugasnya masing-masing, akan merangkap tugas yang lain, berikut penjelasannya:

1. Noorlaila Mentari : Produser merangkap sebagai Reporter, Pembawa Acara dan Editor.
2. Ika Oktiana : Sutradara merangkap sebagai Penulis Naskah.
3. Arif Wicaksono : Kameramen

4. Muhammad Asep Bachtiar : Kameramen
5. Rizky Wulan : Editor merangkap sebagai *Switcher*.
6. Azeem Wadya P : Editor merangkap sebagai *Switcher* dan Kameramen.

Karena berada di bawah naungan Kodam IV/ Diponegoro, maka sumber daya manusia *Diponegoro Channel* sebagian merupakan personel anggota militer. Berikut struktur organisasi yang ada di *Diponegoro Channel*:



Gambar 17. Struktur Organisasi *Diponegoro Channel*
(Sumber: Dokumen *Diponegoro Channel*, 2014)

Bagan di atas merupakan struktur organisasi yang ada di *Diponegoro Channel* yang dimulai dengan Pelindung yang dijabat oleh Pangdam IV/Diponegoro, merupakan jabatan tertinggi di *Diponegoro Channel* yang menentukan arah perkembangannya. Dibawahnya ada Penanggung Jawab yang diisi oleh Kapendam IV/Diponegoro, kemudian bawahnya dikelompokkan sesuai

divisi atau bidang kerja. Misalnya saja divisi koordinator program, koordinator teknik dan liputan, koordinator umum dan pemasaran. Berikut tugas dan tanggungjawab dari masing-masing jabatan:

1. Pelindung: Panglima Kodam IV/Diponegoro

Diponegoro Channel adalah stasiun penyiaran di bawah naungan Penerangan Kodam IV/Diponegoro. Pangdam IV/Diponegoro bertugas sebagai pengayom dan bertanggung jawab secara penuh terhadap seluruh kegiatan *Diponegoro Channel*. Jadi semua kegiatan yang dilakukan oleh *Diponegoro Channel* selalu dilaporkan ke Pangdam IV/Diponegoro.

2. Penanggung Jawab: Kapendam IV/Diponegoro

Kapendam IV/Diponegoro bertanggung jawab atas semua tayangan *Diponegoro Channel*. Bertugas dalam melihat dan mengoreksi baik buruknya video yang akan tayang di *Diponegoro Channel*. Kapendam IV/Diponegoro juga bertugas memberikan perintah produksi atau liputan kepada produser *Diponegoro Channel*.

3. Koordinator Program : Kepala Seksi Penerangan Umum / Media Elektronik

Kepala Seksi Penerangan Umum bertugas mengkoordinir jalannya siaran, membantu Kapendam IV/Diponegoro dalam menentukan layak atau tidaknya video yang sudah dibuat.

a. Produser

Produser merupakan seorang yang bertanggungjawab terhadap kegiatan produksi program secara keseluruhan.

- 1) Praproduksi: mengembangkan konsep gagasan; membuat rencana biaya produksi; menyetujui berbagai saran sutradara dan kru lain; merencanakan peralatan yang akan dipergunakan; mengurus seluruh perijinan terkait produksi dan memimpin serta mengkoordinasikan seluruh rencana produksi.
- 2) Produksi: dalam siaran langsung bila diperlukan membantu pengarah acara; dalam produksi atau pengambilan gambar bekerja sama dengan sutradara untuk memastikan gambar-gambar yang akan digunakan; sebagai pimpinan pelaksana produksi.
- 3) Pascaproduksi: menyetujui hasil akhir sesuai rancangan yang telah ditentukan; melaporkan hasil akhir kepada Kepala Seksi Media Elektronik.

b. Sutradara

Sutradara merupakan orang yang bertanggungjawab atas produksi.

- 1) Praproduksi: melaksanakan pertemuan dengan seluruh kru, dalam hal ini sutradara harus mampu menerangkan konsep produksinya secara terperinci dan jelas sesuai dengan tanggung jawab kru lainnya; membuat sinopsis, *treatment* dan naskah; membuat *script breakdown* dan membagikannya kepada seluruh kru.
- 2) Produksi: sutradara memimpin jalannya produksi berdasarkan konsep yang sudah ada, sutradara menggerakkan seluruh kru sesuai dengan tanggung jawabnya masing-masing; mengarahkan kameramen atau juru kamera untuk pengambilan gambar.

c. Editor

Seorang editor bertugas untuk memotong dan mengedit gambar video dan audio menjadi satu kesatuan yang utuh. Berikut tugas dan tanggung jawab seorang editor:

1) Membaca dan menganalisis naskah

2) Melakukan pemilihan gambar

Dalam proses produksi tidak semua gambar yang diambil akan dipilih. Oleh karena itu salah satu tugas editor adalah memilih gambar (*shot*) yang terbaik dan sesuai naskah yang ada.

3) Mengatur dan mengurutkan potongan rekaman

Setelah memilih gambar yang akan dipakai, tugas editor selanjutnya adalah mengatur dan mengurutkan potongan-potongan gambar yang telah dipilih hingga menjadi utuh sesuai naskah.

4) Setelah selesai melakukan pengurutan, editor bertugas untuk menonton ulang susunan tersebut dan melihat apakah yang perlu diperbaiki seperti transisi yang terlalu kasar. Setelah melihat ulang dan ternyata ada yang perlu diperbaiki, maka editor bertugas untuk memperbaiki kekurangan-kekurangan tersebut.

4. Koordinator Teknik dan Liputan: Kepala Tim Liput

Kepala Tim Liput bertanggung jawab atas kelancaran liputan dan bertugas mengkoordinir jalannya liputan. Kepala Tim Liput juga bertugas dalam menentukan jadwal liputan dan siapa saja yang berangkat dalam melaksanakan liputan.

a. Kameramen/ Juru Kamera

Kameramen bertanggung jawab atas semua aspek teknis pengambilan dan perekaman gambar. Seorang kameramen harus memastikan bahwa tidak ada kesalahan yang dilakukannya ketika mengambil gambar. Kameramen juga harus memastikan bahwa gambar yang diambilnya sudah tajam (*focus*), komposisi gambar (*framing*) yang sudah tepat, pengaturan level atau tingkat suara sudah sesuai, warna gambar yang sesuai dengan warna aslinya dan telah mendapatkan gambar yang terbaik. Seorang kameramen tidak hanya dituntut untuk dapat mengambil gambar dengan baik, tapi juga harus memahami gambar apa saja yang diperlukan bagi suatu berita televisi.

Saat praproduksi seorang kameramen bertugas untuk mempersiapkan kamera untuk pelaksanaan produksi. Kemudian saat produksi, seorang kameramen bertugas mengontrol operasional kamera. kameramen harus mampu melakukan penyesuaian kameranya secara cepat mengikuti gerakan pemain atau perintah dari sutradara. Pada produksi di studio TV, perintah pengarah program kepada kameramen diberikan melalui sistem *intercom* yang dihubungkan ke *headset* kameramen.

b. Reporter

Reporter bertanggung jawab dan bertugas dalam hal mengumpulkan informasi. Seorang reporter juga bertugas dalam menulis berita dan melaporkannya baik secara langsung maupun tidak.

5. Koordinator Umum

a. *Costume & Make Up* (Penata Rias dan Busana)

Penata rias dan busana bertanggung jawab atas segala busana dan riasan yang dikenakan oleh *talent*.

c. Reporter

Reporter bertanggung jawab dan bertugas dalam hal mengumpulkan informasi. Seorang reporter juga bertugas dalam menulis berita dan melaporkannya baik secara langsung maupun tidak.

6. Koordinator Pemasaran: Kepala Tim Marketing

Kepala Tim Marketing bertanggung jawab dalam mengkoordinir tim administrasi, pemasaran dan keuangan.

a. Administrasi

Bagian administrasi mengurus segala hal yang berhubungan dengan surat-menyurat, seperti surat izin untuk pemakaian lokasi *shooting*.

b. Pemasaran

Bagian pemasaran bertugas dan bertanggung jawab dalam mempromosikan program acara dari *Diponegoro Channel*.

c. Keuangan

Bagian keuangan bertugas dalam mengatur keuangan dari *Diponegoro Channel*.

E. Perangkat Dan Perlengkapan *Diponegoro Channel*

Diponegoro Channel didukung dengan adanya 6 orang kru dan dibantu beberapa personel militer dalam produksinya menyediakan sarana pendukung yang meliputi studio yang digunakan untuk produksi berita ataupun *talkshow*, ruang kontrol (*control room*) dan ruang editing. Semua sarana ini bertempat di kawasan Kodam IV/Diponegoro yang terletak di Jalan Perintis Kemerdekaan Watugong Semarang.

1. Studio

Studio merupakan tempat yang digunakan untuk kegiatan memproduksi acara televisi. Kru yang bertugas di dalam studio saat proses produksi berlangsung adalah produser yang mengawasi dan bertanggung jawab atas kelancaran produksi. Sutradara, yang bertugas mengatur jalannya proses produksi. Kameramen atau juru kamera yang bertugas mengambil setiap gambar yang diarahkan oleh sutradara.



Gambar 18. Studio *Diponegoro Channel*
(Sumber: Arif Wicaksono, 2016)

Diponegoro Channel memiliki satu studio yang dilengkapi peralatan-peralatan, berikut peralatan yang ada di studio:

- a. 3 buah kamera
- b. 3 buah *tripod* dan 1 *monopod*
- c. Alat perekam suara
- d. *Blue screen background*
- e. *Green screen*
- f. *Joglo background*
- g. 1 LCD monitor
- h. *Lighting* dan *stand lighting*
- i. DVD hasil-hasil produksi (program acara)

2. Ruang *Editing*

Ruang *editing* adalah tempat dimana editor bekerja dalam mengedit potongan-potongan video yang diambil pada saat proses produksi, dan menjadikannya satu kesatuan yang utuh agar dapat dinikmati.



Gambar 19. Ruang Editing *Diponegoro Channel*
(Sumber: Mega Kusumawati, 2018)

Dalam ruangan *editing* terdapat beberapa peralatan, diantaranya:

- a. 2 set komputer *editing* video
- b. 1 komputer *editing* audio
- c. Lemari penyimpanan peralatan produksi

Lemari penyimpanan peralatan berisi semua peralatan yang dimiliki *Diponegoro Channel* yaitu kamera, lensa, *clip on*.



Gambar 20. Lemari peralatan *Diponegoro Channel*
(Sumber: Mega Kusumawati, 2018)

3. Ruang Kontrol (*Control Room*)

Tidak seperti televisi lain yang memiliki kru banyak, di *Diponegoro Channel* karena kru yang ada hanya 6 orang, maka saat proses produksi di studio berlangsung editor juga bertugas di ruang kontrol. Ruang kontrol yang dimiliki *Diponegoro Channel* tak terlalu luas dan dilengkapi peralatan-peralatan.



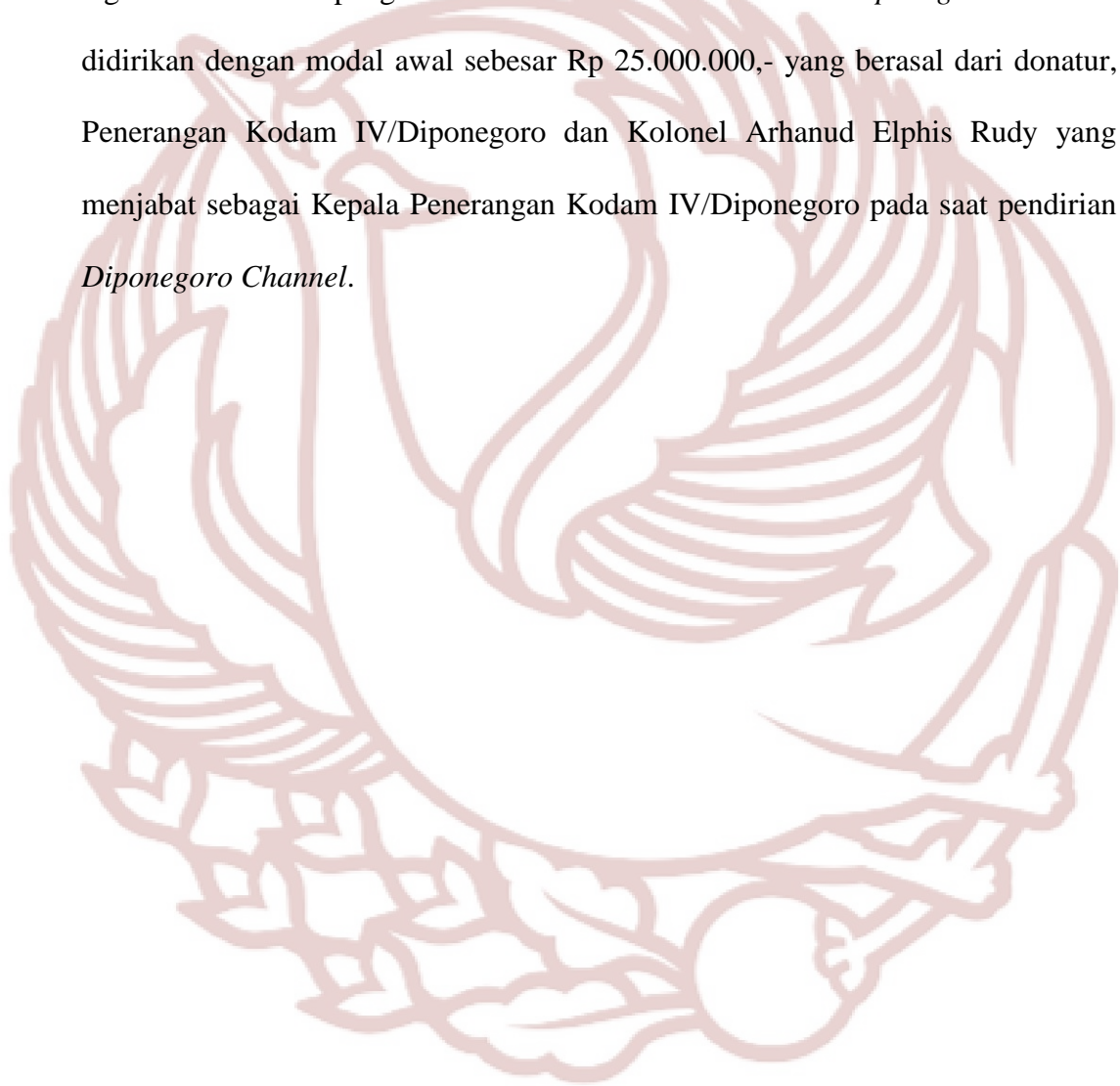
Gambar 21. Ruang Kontrol *Diponegoro Channel*
(Sumber: Arif Wicaksono, 2016)

Peralatan yang dimiliki *Diponegoro Channel* antara lain:

- a. 6 LCD monitor
- b. 1 komputer pengaturan *streaming*
- c. 1 komputer *streaming*
- d. 1 set audio *mixer*
- e. *Switcher*
- f. 2 *headset wireless*

F. PENDIRIAN

Diponegoro Channel diresmikan pada tanggal 16 Juni 2014 oleh Kepala Staf TNI-AD Jenderal Budiman, dengan akta pendirian No. -4- tanggal 28 Agustus 2014 dan pengesahan : AHU-23227.40.10.2014. *Diponegoro Channel* didirikan dengan modal awal sebesar Rp 25.000.000,- yang berasal dari donatur, Penerangan Kodam IV/Diponegoro dan Kolonel Arhanud Elphis Rudy yang menjabat sebagai Kepala Penerangan Kodam IV/Diponegoro pada saat pendirian *Diponegoro Channel*.



BAB III

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Diponegoro Channel merupakan televisi komunitas yang berada dibawah naungan Kodam IV/Diponegoro. *Diponegoro Channel* menjalankan strategi manajemen dalam kegiatan penyiarannya untuk menjalankan fungsi utama pembentukannya yaitu memberikan informasi seputar TNI-AD Kodam IV/Diponegoro dan untuk menjaga kehumasan dengan masyarakat. Strategi merupakan pendekatan secara keseluruhan yang berkaitan dengan pelaksanaan gagasan, perencanaan, dan eksekusi sebuah aktivitas dalam kurun waktu tertentu. Mengacu pada buku *Manajemen Media Penyiaran: Strategi Mengelola Radio & Televisi* karya Morissan tahun 2008 sebagaimana dipaparkan pada kerangka pikir penelitian ini, berikut pembahasan mengenai strategi manajemen yang dijalankan *Diponegoro Channel* dalam menyelenggarakan penyiaran sebagai televisi komunitas yang memberikan informasi seputar TNI-AD.

A. Strategi Program Penyiaran *Diponegoro Channel*

Departemen program stasiun penyiaran memiliki kedudukan yang sangat strategis dalam menunjang keberhasilan stasiun penyiaran. Dalam menyajikan program-program acaranya sebagai sebuah televisi informasi, strategi yang dilakukan oleh *Diponegoro Channel* salah satunya adalah melakukan kegiatan program siaran. Pada bagian ini, penulis akan membahas strategi program *Diponegoro Channel* yang ditinjau dari aspek manajemen atau sering juga disebut

dengan manajemen strategis (*management strategic*) program siaran yang terdiri: Perencanaan Program; Produksi ; Pengawasan dan Evaluasi Program.

1. Perencanaan Program

Sebagai televisi informasi, *Diponegoro Channel* memiliki strategi dalam merencanakan dan menyusun program-program yang akan disiarkan. Strategi yang dilakukan *Diponegoro Channel* pada tahap ini adalah dengan mempersiapkan suatu program acara yang akan diproduksi. Strategi sangat diperlukan dalam tahap merencanakan program, karena program merupakan unsur yang sangat penting untuk menarik perhatian *audien*.

Pada tahapan perencanaan program *Diponegoro Channel* mengadakan rapat yang melibatkan produser, sutradara dan koordinator program atau Kepala Seksi Media Elektronik. Kepala Seksi Media Elektronik adalah orang yang bertanggung jawab untuk media penyiaran yang ada di bawah Kodam IV/Diponegoro, yaitu televisi *Diponegoro Channel* dan radio Suara Diponegoro. Kegiatan yang dilakukan dalam kegiatan ini adalah sebagai berikut:

a. Pengumpulan Ide

Semua acara siaran televisi baik dari bentuk yang paling sederhana, selalu didahului timbulnya sebuah ide atau gagasan. Ide merupakan buah pikiran dari seorang perencana acara siaran dalam hal ini seorang produser. Pada tahap ini produser mendapatkan ide melalui info yang diperoleh dari Staf Teritorial Kodam IV/Diponegoro. Staf Teritorial bertugas dalam menyelenggarakan fungsi teritorial yang meliputi

perencanaan program dan anggaran, dan juga bersentuhan langsung dengan masyarakat. Dalam Satuan Teritorial terdapat Babinsa (Bintara Pembina Desa). Babinsa merupakan Satuan Teritorial paling bawah yang berhadapan paling langsung dengan masyarakat. Tugas utama Babinsa antara lain, mengumpulkan dan memelihara data pada aspek geografi, demografi, hingga sosial dan potensi nasional di wilayah kerjanya. Hal ini meliputi banyak sekali aspek, yaitu aspek SDM, SDA, sarana-prasarana dan infrastruktur di wilayah binaannya. Misalnya pada saat bencana alam terjadi di satu wilayah, maka Babinsa ini menjadi ujung tombak informasi awal operasi militer selain perang berupa operasi kemanusiaan TNI AD atau gabungan.

Staf Teritorial akan mengirimkan info-info ke Kapendam melalui surat telegram maupun langsung. Info-info yang didapat dari Staf Teritorial akan dijadikan sebagai ide untuk pembuatan program *Diponegoro Channel*. Contoh ide yang didapat dari Staf Teritorial adalah Tentara Manunggal Membangun Desa atau yang disingkat dengan TMMD yang merupakan kegiatan dari Babinsa. Hal tersebut diperjelas melalui kutipan wawancara berikut ini:

“Biasanya perencanaan program untuk idenya kita mendapat info dari Ster. Ster itu Staf Teritorial. Karena yang bersentuhan langsung dengan masyarakat itu dari teritorial. Ya contohnya TMMD. Infonya dikirim lewat *telegram* atau langsung ke Kapendam.”²³

²³ Wawancara dengan Produser *Diponegoro Channel* Noorlaila Mentari, Semarang, 07 April 2018

Dari kutipan wawancara tersebut dapat dimengerti bahwa dalam pengumpulan ide, produser mengambil kegiatan-kegiatan dari TMMD tersebut karena kegiatan selalu ada dari berbagai wilayah. Hal tersebut merupakan strategi *Diponegoro Channel* untuk menghemat waktu dan tenaga kerja dalam hal pengumpulan ide. Strategi tersebut perlu digunakan karena melalui kegiatan TMMD yang dipantau oleh Staf Teritorial, maka ide akan selalu ada, sehingga tim *Diponegoro Channel* tidak perlu mencari-cari ide lagi untuk program acara. Selain itu dengan mengumpulkan ide dari kegiatan TMMD yang nantinya diproduksi untuk sebuah program acara akan selaras dengan tujuan didirikannya *Diponegoro Channel*, yaitu untuk membangun kehumasan dengan masyarakat.

b. Menentukan Konten Program

Setelah mendapat info dari Staf Teritorial, tim *Diponegoro Channel* yang terdiri dari Kepala Seksi Media Elektronik, produser dan sutradara menentukan konten program yang akan dibuat. Untuk program berita jelas akan menampilkan segala kegiatan TNI yang berhubungan dengan masyarakat. Untuk program lain, dianalisis konten apa saja yang akan dihadirkan sesuai dengan info-info yang telah didapat sebelumnya.

Hal tersebut diperjelas melalui kutipan wawancara berikut ini:

“Misal nih satu program kita bikin satu season kan 13 episode, kita ngadain rapat langsung kita bikin dulu 13 episode itu mau kira-kira apa aja targetnya kita pilihin apa aja yang pantas jadi konten tayangan sama mana yang harus di skip. Konten kan jelas kita dari

TMMD tadi, tapi dipilih lagi mana yang bagus buat dijadikan tayangan.”²⁴

Dari kutipan wawancara tersebut dapat dimengerti bahwa dalam menentukan konten program adalah dengan cara menayangkan kegiatan tentara dalam memberdaya masyarakat agar lebih baik. Menurut peneliti, *Diponegoro Channel* menampilkan konten seperti itu bertujuan untuk menciptakan kesan penonton bahwa tentara bukan hanya ditugaskan untuk perang tapi juga bermanfaat bagi masyarakat di sekitarnya. Selain itu, dengan menampilkan tentara memberdaya masyarakat dapat menjadi contoh yang baik di lingkungan batalyon maupun masyarakat.



Gambar 22. *Capture* program TNI memberdaya masyarakat

Kegiatan yang dijadikan konten merupakan kegiatan TMMD yang selalu ada di setiap wilayah, sehingga dengan begitu pihak *Diponegoro Channel* dapat menghemat waktu dan tenaga dalam hal menentukan konten program.

²⁴ Wawancara dengan Produser *Diponegoro Channel* Noorlaila Mentari, Semarang, 07 April 2018

c. Menentukan Format Program

Pada tahap menentukan format program, produser beserta Kepala Seksi Media Elektronik dan sutradara menentukan bagaimana format program yang akan disajikan. Format program dapat dirancang dengan didasarkan info yang di dapat dari Staf Teritorial. Dalam penentuan format programnya, *Diponegoro Channel* akan mempertimbangkan biaya produksi yang akan dikeluarkan. Hal tersebut diperjelas melalui kutipan wawancara berikut ini:

“Televisi kita inikan TV yang tidak boleh menerima uang dari iklan komersial, untuk produksi hiburan seperti *Panggung Prajurit* itu memakan banyak biaya dalam produksinya. Selain itu juga memakan banyak waktu tentara dan kru. Jadi kita ini lebih memilih banyak membuat berita karena biaya yang dikeluarkan tidak sebanyak membuat hiburan.”²⁵

Dari kutipan wawancara di atas dapat dimengerti bahwa strategi yang dilakukan *Diponegoro Channel* untuk menekan biaya produksi adalah dengan menentukan sebagian besar format programnya dengan format program Berita. Program berita *Diponegoro Channel*, dalam produksinya hanya membutuhkan kru sedikit yaitu produser, sutradara dan kameramen. Pada saat liputan membutuhkan seorang reporter, produser akan merangkap sebagai seorang reporter.

Program dengan format berita lebih sedikit anggarannya jika dibandingkan dengan program berformat hiburan. Dalam hal artistik,

²⁵ Wawancara dengan Kepala Seksi Media Elektronik Mayor Inf. Noven Kurniawan, Semarang, 09 Mei 2018

program hiburan perlu mengeluarkan biaya dalam pembuatannya, misalnya program *Panggung Prajurit* yang harus membangun set panggung. Jika dilihat dari presentase tayangannya *Diponegoro Channel* banyak menggunakan teknik *Report On The Spot* (ROS) yang berarti tidak perlu membangun *setting* tempat.



Gambar 23. Produksi menggunakan *blue screen*
(Sumber: Arif Wicaksono, 2016)

Produksi di dalam studio dilihat dari tayangannya sebagian menggunakan *blue screen* atau *green screen* yang bisa diganti *background*-nya sesuai dengan kebutuhan. Penggantian *background* dilakukan pada tahap editing oleh editor, sehingga dalam produksinya tidak perlu membangun set yang banyak. Properti yang digunakan juga sama, misalnya meja dan kursi, hal tersebut dapat menghemat biaya produksi dalam hal pengadaan properti.

d. Menyusun Isi Program

Pada tahap ini, Kepala Seksi Media Elektronik, Produser beserta Sutradara menyusun isi program. Isi program mencakup apa saja yang akan ditampilkan dalam sebuah program. Produser beserta Kepala Seksi Media Elektronik dan Sutradara akan menentukan tema-tema apa saja yang akan ditampilkan dari episode 1 sampai 13. Hal tersebut diperjelas melalui kutipan wawancara berikut ini:

“Satu program kita bikin satu season kan 13 episode, kita ngadain rapat langsung kita bikin dulu 13 episode itu mau kira-kira apa aja targetnya kita pilihin apa aja yang pantas jadi konten tayangan sama mana yang harus di skip. Konten kan jelas kita dari TMMD tadi, tapi dipilih lagi mana yang bagus buat dijadiin tayangan.”

Dari kutipan wawancara di atas dapat dimengerti bahwa dalam menyusun isi program, tim *Diponegoro Channel* akan menentukan tema yang akan ditampilkan dalam 13 episode dari kegiatan TMMD. Informasi-informasi yang didapat dari Staf Teritorial akan dikelompokkan terlebih dahulu dan dipilih mana yang pantas atau tidak pantas untuk ditayangkan. Menurut peneliti, menentukan tema 13 episode-nya di awal merupakan strategi yang dilakukan *Diponegoro Channel* dalam menghemat waktu agar saat produksi pada tiap programnya tidak perlu mencari-cari tema apalagi yang akan ditampilkan. Jika menentukan tema dengan mendadak atau per episode akan memakan waktu. Hal tersebut dilakukan *Diponegoro Channel* sebagai strategi karena kru tidak hanya bekerja untuk *Diponegoro Channel* tetapi juga

bekerja dalam setiap kegiatan peliputan Penerangan Kodam IV/Diponegoro.

Rancangan program yang sudah jadi akan diajukan terlebih dahulu ke Kepala Penerangan Kodam IV/Diponegoro untuk disetujui. Jika sudah disetujui, sutradara akan membuat naskah dan produser menyusun jadwal untuk melakukan proses produksi.

Faktor perencanaan program siaran *Diponegoro Channel* adalah seberapa penting info dan seberapa besar info tersebut dapat dijadikan sebagai ide. Hal tersebut diperjelas melalui kutipan wawancara berikut ini:

“Berdasarkan kemanfaatannya untuk masyarakat, dan juga seberapa penting info itu.”²⁶

Dari kutipan wawancara di atas dapat dimengerti bahwa info yang dijadikan sebagai ide program acara *Diponegoro Channel* adalah info yang penting dan bermanfaat bagi masyarakat. Info tersebut mengenai prestasi yang diperoleh TNI di seluruh daerah di Indonesia khususnya wilayah Jawa Tengah, atau banyaknya kegiatan TMMD Babinsa yang pada saat itu perlu diekspos dan bermanfaat bagi masyarakat. *Diponegoro Channel* tidak terlalu mempertimbangkan peta persaingan stasiun televisi dan faktor ketertarikan pemasang iklan. Hal tersebut dikarenakan *Diponegoro Channel* melakukan siaran melalui internet. Mengenai biaya operasionalnya, *Diponegoro Channel* menginduk dari kantor Penerangan Kodam IV/Diponegoro.

²⁶ Wawancara dengan Produser *Diponegoro Channel* Noorlaila Mentari, Semarang, 07 April 2018

Bagian program stasiun televisi harus mempertimbangkan berbagai faktor dalam merencanakan program yang akan disiarkannya. Faktor program membahas hal-hal yang harus diketahui atau dipahami terlebih dahulu oleh pengelola program sebelum membuat keputusan perencanaan program. Dalam hal ini, terdapat beberapa hal yang harus diperhitungkan sebelum memutuskan untuk memproduksi, akuisisi dan *scheduling* suatu program. Peter Pringle (1991) mengemukakan beberapa faktor terpenting sebagai berikut: Persaingan; Ketersediaan *Audien*; Kebiasaan *Audien*; Ketertarikan *Audien*; Ketertarikan Pemasang Iklan; dan Ketersediaan Program.²⁷

a. Persaingan

Persaingan adalah proses sosial dimana orang-perorangan atau kelompok manusia yang berusaha mengalahkan pihak lain tanpa menggunakan ancaman atau kekerasan. Hal pertama yang harus diketahui adalah kekuatan atau kelemahan stasiun saingan. Pengelola program stasiun televisi perlu mempelajari kekuatan dan kelemahan program stasiun saingan pada setiap waktu siaran yang mencakup jumlah penonton yang bisa ditarik dan ciri-ciri demografis *audien* yang tersedia pada setiap bagian waktu siaran.²⁸ Persaingan usaha di bidang media massa televisi, membuat para pelaku media berlomba-lomba membuat program acara supaya ditonton masyarakat. *Diponegoro Channel* sendiri memiliki program andalan agar dapat menarik *audien* untuk menonton tayangannya.

Program tersebut adalah program *Sowan*. Berdasarkan hasil observasi

²⁷ Peter Pringle (1991). Sebagaimana dikutip Morissan. 2008. Hlm 295

²⁸ Morissan. 2008. Hlm 295

yang dilakukan, program *Sowan* memiliki banyak *viewers* di akun *youtube* milik *Diponegoro Channel*.

Berdasarkan hasil penelitian di lapangan, yang menjadi saingan *Diponegoro Channel* bukan stasiun televisi lain, melainkan tayangan-tayangan dari Penerangan Kodam lain. Hal tersebut diperjelas dengan kutipan wawancara berikut ini.

“Untuk persaingan, karena kita tayangnya secara *streaming* nggak bisa dibandingin sama stasiun televisi analog. Secara konten kita udah menang dulu karena akses untuk liput kegiatan TNI kita pasti ada. Ada beberapa Kodam yang mereka juga bikin tayangan-tayangan, persaingannya di internal itu ajasih.”²⁹

Berdasarkan kutipan wawancara di atas dapat dimengerti bahwa bukan stasiun televisi yang dianggap sebagai stasiun saingan, karena tidak ada stasiun televisi lain yang tayangannya sama seperti tayangan *Diponegoro Channel*. Hal tersebut memberikan keuntungan bagi *Diponegoro Channel*, karena masyarakat tidak mendapatkan informasi mengenai dunia militer secara lengkap dari stasiun televisi manapun, dan *Diponegoro Channel* hadir dalam memenuhi kebutuhan masyarakat akan hal tersebut. Namun yang menjadi saingan *Diponegoro Channel* adalah Penerangan Kodam dari Kodam lain, karena *Diponegoro Channel* merupakan stasiun penyiaran dibawah naungan Penerangan Kodam IV/Diponegoro.

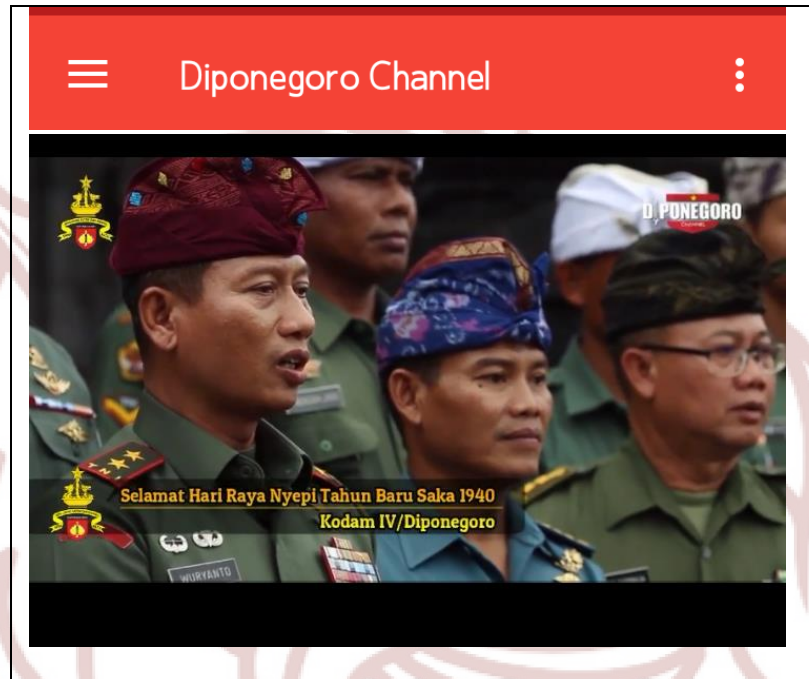
²⁹ Wawancara dengan Produser *Diponegoro Channel* Noorlaila Mentari, Semarang, 07 April 2018

Diponegoro channel tayang secara *live streaming* di aplikasi berbasis *android*, *Diponegoro Channel* juga mengunggah programnya di *youtube* supaya *audien* dapat menonton kembali programnya kapan saja. Produser memantau tayangan dari Penerangan Kodam lain yang diunggah ke *youtube*. Tayangan tersebut adalah tayangan-tayangan yang memiliki banyak *viewers*, contohnya tayangan *Latihan Perang Pasukan Reaksi Cepat TNI* dari Penerangan Kodam I/Bukit Barisan. Strategi yang dilakukan *Diponegoro Channel* terkait hal tersebut adalah dengan membuat tayangan yang serupa. *Latihan Perang Pasukan Reaksi Cepat TNI* merupakan tayangan liputan biasa, dan *Diponegoro Channel* mengemas tayangannya dengan format dokumenter pendek yang menampilkan satuan Brigif IV/Dewaratna.

Produser juga melihat dari komentar-komentar yang ditinggalkan yang berupa kritik dan saran, karena produser yang nantinya akan menentukan program-program baru sebelum disetujui oleh Kepala Seksi Media Elektronik dan Kepala Penerangan Kodam. Tayangan yang diunggah ke *youtube* akan dilihat dan dianalisis oleh produser dibantu dengan sutradara dan kru lain. Setelah dianalisis, dilihat kekurangan dan kelebihan. Hal tersebut juga merupakan strategi yang efektif untuk pembuatan program baru.

Diponegoro Channel dapat dinikmati melalui aplikasi *android*. Banyak atau sedikitnya jumlah *viewers* tergantung dari program acaranya.

Sowan merupakan program andalan yang memiliki jumlah *viewers* lebih banyak dibanding program yang lain.

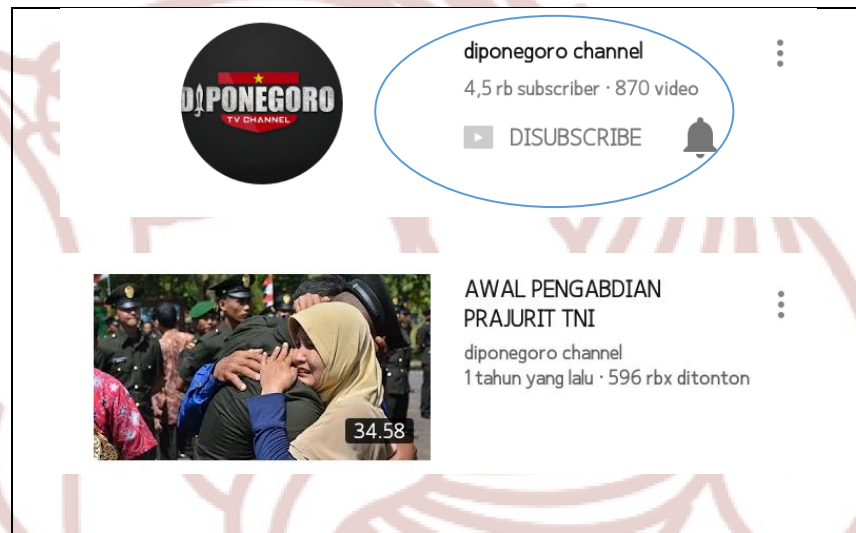


Gambar 24. Tampilan aplikasi *Diponegoro Channel*

Penggunaan *smartphone* di Indonesia selalu meningkat, dan *youtube* merupakan fitur yang banyak digunakan. Melihat tayangan di *youtube* bisa dimana saja dan kapan saja, jangkauannya luas karena dapat diakses oleh masyarakat di berbagai belahan dunia. Tidak seperti televisi yang siarannya terbatas dalam kawasan tertentu. Selain itu, melihat tayangan di *youtube* bisa diulang-ulang sesuai kemauan penggunanya.

Diponegoro Channel juga dapat berinteraksi langsung dengan *audien* melalui *youtube* pada kolom komentar yang ada di bawah video. Sehingga *Diponegoro Channel* dapat menjawab pertanyaan maupun kritik dan saran yang ditinggalkan oleh *audien*. *Youtube* juga sangat berguna dalam

menghitung jumlah *viewers*. Hal tersebut dapat dilihat dari jumlah *subscribe* akun *youtube* milik *Diponegoro Channel*. Jumlah *subscribe* dapat menjadi cara menghitung *viewers* karena satu akun hanya dapat menekan tombol *subscribe* sekali.



Gambar 25. Jumlah *subscribe* *Diponegoro Channel*
(Sumber: <https://www.youtube.com/channel/UCLO9NuRWJ1iKRG5jI8BX5qQ>)

b. Ketersediaan *Audien* dan Kebiasaan *Audien*

Hal kedua yang perlu diketahui adalah ketersediaan *audien*. *Audien* yang ada atau tersedia pada setiap bagian waktu siaran menjadi faktor menentukan yang harus dipertimbangkan secara cermat oleh pengelola program stasiun televisi dalam pemilihan program dan menentukan waktu penayangan program. *Diponegoro Channel* melakukan siaran selama 10 jam per hari, yaitu dari pukul 07:00 – 17:00 WIB. Jam tayang program *Diponegoro Channel* ditentukan oleh produser atas persetujuan Kepala Seksi Media Elektronik dan Kepala Penerangan Kodam IV/Diponegoro.

Sasaran *audien Diponegoro Channel* adalah semua kalangan di seluruh Indonesia. Tetapi karena merupakan stasiun penyiaran di bawah Kodam IV/Diponegoro, sasaran *audien* utama yaitu tentara-tentara seluruh Indonesia khususnya Kodam IV/Diponegoro. Produser setiap bulan melihat grafik penonton dari data *viewers* yang ada di *youtube* dan aplikasi *android*. Jika dilihat dari komentar yang ditinggalkan penonton pada akun *youtube* milik *Diponegoro Channel*, sebagian besar penonton dari program *Diponegoro Channel* adalah masyarakat yang berprofesi sebagai tentara.

Riset *audien* perlu dilakukan untuk menentukan jadwal siarnya dan program selanjutnya ditujukan untuk siapa. Dalam menentukan jadwal siar, produser mempertimbangkan waktu senggang tentara, yaitu pada pukul 09:00 WIB dan 16:00 WIB. Hal tersebut diperjelas melalui kutipan wawancara berikut ini:

“Karena *Diponegoro Channel* kan kalau aku lihat banyak dilihat sama tentara-tentara. Nggak Cuma dari Kodam IV. Ya aku sama yang lain nentuin jamnya kalau jam 09:00 itu alasannya karena merupakan waktu senggang tentara setelah kegiatan di luar ruangan. Terus jam 16:00 kan tentara udah pulang.”³⁰

Dari kutipan wawancara tersebut dapat dimengerti bahwa penempatan jam tayang program *Diponegoro Channel* didasarkan pada waktu senggang tentara. Pukul 09:00 dipilih karena merupakan waktu senggang yakni jam masuk kantor setelah melakukan kegiatan diluar ruangan. Jika dilihat dari penempatan jam tayangnya, program-program

³⁰ Wawancara dengan Produser *Diponegoro Channel* Noorlaila Mentari, Semarang, 08 Mei 2018

unggulan seperti *Lintas Kodam 4* dan *Sejarah Negriku* ditayangkan pukul 09:00 WIB. Kemudian untuk program hiburan seperti *Panggung Prajurit* diletakkan pukul 16:00 WIB. Jam kerja TNI tiap Senin – Kamis adalah pukul 08:00 – 15:00 WIB dan Jumat pukul 08:00 – 15:30 WIB. Penempatan program hiburan di waktu jam pulang kerja tersebut dirasa pas karena tentara yang sehari-hari bekerja akan membutuhkan tontonan yang bersifat menghibur. Penempatan jam tayang pukul 09:00 WIB dan 16:00 WIB merupakan strategi untuk menjangkau target *audien*. Target *audien Diponegoro Channel* adalah para tentara yang mana mereka memiliki waktu senggang yakni pukul 09:00 dan 16:00 WIB, sehingga jam penayangan tersebut menjadi waktu yang tepat untuk *audien* menonton program *Diponegoro Channel*.

Setiap harinya, *Diponegoro Channel* menayangkan program acara berita mengenai TNI. Strategi ini dilakukan agar *audien* memiliki kebiasaan menonton program *Diponegoro Channel*. Karena suatu rangkaian program yang ditayangkan pada waktu yang sama sepanjang minggu akan mendorong *audien* untuk memiliki kebiasaan menonton.

c. Ketertarikan Pemasang Iklan

Penayangan program harus dapat menarik minat pemasang iklan dan *audien* agar bisa berhasil. Sebagai stasiun televisi komunitas yang menjalankan fungsi sebagai televisi informasi, *Diponegoro Channel* tidak terlalu memikirkan tentang ketertarikan pemasang iklan. Sebagaimana dicantumkan dalam Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 51

tahun 2005 tentang Penyelenggaraan Penyiaran Lembaga Penyiaran Komunitas, pada Pasal 27 menyatakan bahwa Lembaga Penyiaran Komunitas dilarang melakukan siaran iklan dan/atau siaran komersial lainnya, kecuali iklan layanan masyarakat.

Diponegoro Channel mengunggah semua programnya ke *youtube* untuk tujuan mengenalkan kepada masyarakat pengguna *youtube*. Hal tersebut diperjelas melalui kutipan wawancara berikut ini:

“Kita posting di *youtube* itu tujuannya untuk publikasi aja, supaya masyarakat tau. Kitakan nggak minta buat dapet iklan. Kita sama sekali nggak pakai uang dari *Youtube* itu.”³¹

Dari kutipan wawancara di atas dapat dimengerti bahwa untuk mengenalkan program-program tayangannya kepada masyarakat adalah dengan mengunggah videonya ke *youtube*. Namun beberapa tayangan program *Diponegoro Channel* memiliki banyak *viewers*, sesuai dengan ketentuan *youtube* apabila suatu video yang diunggah memiliki banyak *viewers* maka akan mendapatkan iklan dan keuntungan dari *youtube* berupa uang. Strategi yang diterapkan *Diponegoro Channel* untuk tetap memegang aturan UU Penyiaran tentang larangan menerima keuntungan dari iklan adalah dengan tidak menggunakan uang yang didapat dari *youtube* untuk keperluan apapun meskipun uang dari iklan tetap masuk.

³¹ Wawancara dengan Produser *Diponegoro Channel* Noorlaila Mentari, Semarang, 27 Mei 2018

d. Ketersediaan Program

Sebuah stasiun televisi harus memiliki stok program. *Diponegoro Channel* menyimpan stok programnya di Prodok. Prodok adalah tempat penyimpanan program-program dari *Diponegoro Channel* dan video-video hasil dari liputan yang telah dilakukan. Dalam penyediaan stok program, *Diponegoro Channel* tidak pernah melakukan pembelian program atau akuisisi dan selalu memproduksi programnya sendiri. Apabila tidak memiliki stok program, strategi yang dilakukan *Diponegoro Channel* adalah dengan 2 cara, yaitu menayangkan ulang program dan menayangkan tayangan dari Penerangan Kodam IV/Diponegoro, karena *Diponegoro Channel* merupakan media partner dari Penerangan Kodam IV/Diponegoro. Akan tetapi untuk menghindari rasa bosan dari *audien* karena menayangkan kembali programnya, strategi yang dilakukan produser adalah dengan melibatkan *audien*. Hal tersebut diperjelas melalui kutipan wawancara berikut ini:

“Mereka kan biasanya komentar kasih kritik atau saran di video tayangan kita di *Youtube*. Aku lihat disitu sih, kita terima sarannya buat program tayangan selanjutnya.”³²

Dari kutipan wawancara tersebut dapat dimengerti bahwa untuk tetap mempertahankan *audien*, produser akan melihat saran atau masukan yang ditinggalkan *viewers* di kolom komentar pada akun *youtube Diponegoro Channel*. Komentar tersebut akan menjadi bahan

³² Wawancara dengan Produser *Diponegoro Channel* Noorlaila Mentari, Semarang, 08 Mei 2018

pertimbangan dalam membuat program tayangan berikutnya. Menurut peneliti, dengan melihat kritik dan saran yang ditinggalkan di kolom komentar, *Diponegoro Channel* akan tahu apa yang diinginkan oleh *audien*. Dengan tahu apa yang diinginkan oleh *audien*, *Diponegoro Channel* dapat menentukan tayangan apa yang akan diproduksi selanjutnya. Selain itu, jika keinginan *audien* direalisasikan akan membuat *audien* terus menonton tayangan dari *Diponegoro Channel*.

2. Produksi dan Kerja Sama Dengan Pihak Lain

Media penyiaran membutuhkan program untuk mengisi waktu siarannya dan tidak akan berfungsi apa-apa tanpa tersedia program untuk disiarkan. *Diponegoro Channel* dalam memenuhi kebutuhan akan program-program yang akan ditayangkan adalah dengan memproduksi sendiri programnya. Suatu program yang dibuat sendiri oleh media penyiaran disebut dengan istilah *in-house production*. Proses produksi program siaran di *Diponegoro Channel* terdiri atas tiga tahapan yaitu praproduksi, produksi, dan pascaproduksi.

a. Praproduksi

Tahap praproduksi merupakan tahap awal perancangan sebuah program. Strategi yang dilakukan *Diponegoro Channel* yang pertama dalam tahap ini adalah selalu melibatkan Kepala Seksi Media Elektronik dalam rapat sebagai upaya dalam menghemat waktu. Strategi tersebut dilakukan karena setiap kegiatan yang dilakukan harus atas izin dari beliau. Kemudian karena tidak mempunyai pendapatan dari iklan komersial

menyebabkan *Diponegoro Channel* tidak memiliki banyak biaya dalam pemberian gaji kru. Strategi yang dilakukan untuk mengatasi hal tersebut adalah dengan semua kru dituntut untuk bisa melakukan segala hal di bidang multimedia, dengan begitu kru merangkap banyak pekerjaan misalnya di proses praproduksi ini adalah sutradara merangkap sebagai penulis naskah. Tahap praproduksi *Diponegoro Channel* meliputi:

- 1) Pembuatan sinopsis, *treatment*, kemudian dilanjutkan dengan pembuatan naskah.

Sinopsis berisi ringkasan jalannya cerita yang akan digunakan sebagai pedoman membuat *treatment* dan naskah. Pembuatan sinopsis merupakan sebuah strategi untuk mempermudah kru *Diponegoro Channel* menangkap konsep dan gagasan dari program yang akan diproduksi. *Treatment* adalah langkah menyusun urutan adegan. Penyusunan *treatment* ini tidak membutuhkan dialog melainkan menggambarkan kondisi adegan yang harus dilakukan. Pembuatan *treatment* akan berguna untuk kameramen sebagai acuan dalam mengambil gambar.

Sutradara membuat sinopsis, *treatment* dan juga naskah untuk keperluan produksi. Sutradara membuat sinopsis, *treatment* dan naskah 7 hari sebelum produksi. Hal tersebut diperjelas melalui kutipan wawancara berikut ini:

“Sinopsis, *treatment* sama naskahnya dibikin 7 hari sebelum produksi. Setelah naskah jadi langsung dibagiin ke yang lain biar mereka pelajari.”³³

Dari kutipan wawancara di atas dapat dimengerti bahwa strategi yang dilakukan sutradara dalam upaya agar semua kru paham akan cerita maupun konsep adalah dengan membuat sinopsis, *treatment* dan juga naskah 7 hari sebelum jadwal produksi dan langsung membagikannya kepada semua kru untuk segera dipelajari. Hal tersebut bertujuan untuk menghemat waktu produksi, agar tidak banyak *re-take* saat pengambilan gambar. Sebelum melakukan produksi, sutradara bersama kru produksi mempelajari naskah yang sudah dibuat oleh sutradara. Menurut peneliti, pengkajian naskah sebagai strategi *Diponegoro Channel* untuk mempermudah kru dalam melakukan tahap selanjutnya seperti hunting lokasi serta pengambilan gambar juga akan tersusun dengan baik.

Hasil analisis yang dilakukan peneliti menyimpulkan bahwa pembuatan sinopsis oleh sutradara membuat kru lain lebih mudah dalam menangkap konsep. Pembuatan *treatment* juga membuat kameramen lebih mudah dalam mengurutkan video yang akan diambil. Jika dilihat dari tayangannya program *Diponegoro Channel* sebagian besar adalah program *softnews*. Pembuatan program dengan format *softnews* adalah membuat naskah terlebih dahulu, baru kemudian dilakukan pengambilan gambar yang menyesuaikan dengan naskah.

³³ Wawancara dengan Sutradara *Diponegoro Channel* Ika Oktiana, Semarang, 15 Mei 2018

Penyusunan sinopsis, *treatment* dan naskah 7 hari sebelum produksi membuat kru lain mempunyai banyak waktu untuk mempelajarinya, sehingga membuat hasil tayangannya antara narasi dan gambar yang ditampilkan sinkron.

2) Membuat *script breakdown*

Script breakdown dibuat untuk menguraikan tiap adegan dalam naskah menjadi daftar yang berisi sejumlah informasi tentang segala hal yang dibutuhkan untuk pengambilan gambar. Proses ini dilakukan agar bisa mengetahui rincian kebutuhan *shooting* termasuk biaya yang dibutuhkan serta pengaturan pada jadwal *shooting*. *Script breakdown* dibuat oleh sutradara dan diketahui oleh produser. Hal tersebut diperjelas melalui kutipan wawancara berikut ini:

“*Script breakdown*-nya 7 hari sebelum produksi dan setelah bikin sinopsis dan lain-lain tadi. Buat acuan dibawa terus.”

Dari kutipan wawancara di atas dapat dimengerti bahwa sutradara membuat *script breakdown* 7 hari sebelum produksi berlangsung. Sutradara selalu membawa *script breakdown* sebagai acuan kebutuhan *shooting*. Hasil analisis yang dilakukan peneliti menyimpulkan bahwa pembuatan *script breakdown* 7 hari sebelum jadwal produksi sebagai strategi membuat seluruh kru mempunyai banyak waktu dalam menyiapkan kebutuhan *shooting*. Kebutuhan-kebutuhan *shooting* tentu tidak sedikit dan membutuhkan waktu yang

tidak sebentar, oleh sebab itu penyusunan yang dilakukan 7 hari sebelum jadwal produksi dirasa pas.

3) Penentuan kru produksi

Pada saat produksi dilakukan di dalam studio, semua kru yang dimiliki *Diponegoro Channel* bertugas dalam produksi. Pada sebagian program, produser akan bertugas sebagai pembawa acara dan kedua editor akan merangkap sebagai *switcher*. Ketika produksi dilakukan di luar studio, kru *Diponegoro Channel* yang bertugas hanya produser, sutradara dan kameramen. Hal tersebut diperjelas melalui kutipan wawancara berikut ini:

“Kalau produksi di luar ya cuma produser, sutradara sama kameramen, kameramennya cuma satu. Biasanya produser akan merangkap sebagai reporter.”³⁴

Dari kutipan wawancara di atas dapat dimengerti bahwa untuk produksi di luar studio, kru yang bertugas hanya produser, sutradara dan kameramen. Untuk produksi berita yang membutuhkan seorang reporter, produser akan merangkap sebagai reporter. Hal tersebut dilakukan sebagai strategi untuk menghemat tenaga kerja. Berdasarkan observasi yang telah peneliti lakukan, jika lokasi liputan masih berada di area Kodam IV/Diponegoro atau tidak jauh dari area Kodam IV/Diponegoro, kru yang bertugas hanya satu kameramen saja. Dengan melakukan produksi di luar studio, *Diponegoro Channel* perlu

³⁴ Wawancara dengan Produser *Diponegoro Channel* Noorlaila Mentari, Semarang, 08 Mei 2018

mengeluarkan biaya untuk akomodasi. Menurut peneliti, dengan menugaskan satu kameramen saja dalam liputannya bertujuan untuk menghemat tenaga kerja. Selain itu juga akan dapat menghemat biaya akomodasi karena *Diponegoro Channel* hanya perlu mengeluarkan biaya konsumsi maupun *transport* untuk satu orang saja.

Produksi seperti program dokumenter pendek akan menggunakan 2 kameramen. Menurut peneliti, hal tersebut merupakan strategi untuk efisiensi waktu. Jika hanya satu kameramen dan akan mengambil adegan sama dengan 2 *angle* berbeda, pemain harus melakukan kembali adegan tersebut dan akan mengakibatkan *jumping*. Selain itu juga untuk meminimalisir *re-take*.

4) *Hunting* lokasi

Penentuan lokasi *shooting* didasarkan pada tuntutan naskah. Produser, sutradara dan kameramen melakukan survei lokasi dan didampingi oleh Kepala Seksi Media Elektronik. Ketika melakukan survei lokasi, produser sudah membawa surat izin penggunaan lokasi untuk keperluan produksi. Hal tersebut diperjelas melalui kutipan wawancara berikut ini:

“Biasanya yang survei lokasi itu produser, sutradara, kameramen. Terus kita didampingi sama Kasi Medlek. Pas survei Mbak Men (produser) udah bawa surat ijinnya untuk jaga-jaga kalau Kasi setuju sama lokasi yang kita pilih. Kasi ikut buat mintain ijinnya. Kebanyakan sih kita milih tempatnya *outdoor*.”³⁵

³⁵ Wawancara dengan Kameramen *Diponegoro Channel* Arif Wicaksono, Semarang, 15 Mei 2018

Dari kutipan wawancara tersebut dapat dimengerti bahwa dalam melakukan survei lokasi, kru yang dilibatkan adalah produser, sutradara dan kameramen selaku kru yang akan melakukan produksi. Dalam melakukan survei lokasi tim Diponegoro Channel selalu didampingi oleh Kepala Seksi Media Elektronik. Produser juga akan langsung membawa surat izin penggunaan lokasi jika Kepala Seksi Media Elektronik setuju dengan lokasi yang dipilih. Hal tersebut sebagai sebuah strategi untuk menghemat waktu karena tim Diponegoro Channel tidak perlu bolak-balik ke lokasi untuk meminta izin. Kepala Seksi Media Elektronik ikut dalam survei lokasi untuk meminta izin kepada pemilik tempat. Pemilihan lokasi juga akan memilih tempat yang banyak terkena cahaya matahari (*outdoor*).



Gambar 26. Lokasi produksi di area Kodam IV/Diponegoro

Semua lokasi yang akan dijadikan tempat *shooting* perlu disurvei untuk memastikan kesiapannya. Jika dilihat dari tayangannya lokasi *shooting* yang digunakan banyak berlokasi di area Kodam

IV/Diponegoro dan tidak jauh dari area Kodam IV/Diponegoro. Lokasi *shooting* tersebut dipilih untuk menjangkau biaya transportasi. Lokasinya juga banyak memilih lokasi yang berada di luar ruangan. Menurut peneliti, lokasi yang digunakan di luar ruangan merupakan strategi untuk meminimalisir penggunaan alat produksi karena dalam produksinya tidak perlu membawa peralatan *lighting*.

b. Produksi

Tahap produksi pada *Diponegoro Channel* adalah tahap pengambilan gambar. Sutradara memimpin jalannya produksi bekerjasama dengan kru dan artis yang terlibat. Berikut tahapan proses produksi di *Diponegoro Channel* di dalam studio dan luar studio:

1) Tahapan produksi dalam dan luar studio

a) *Blocking Camera/ Rehearsal*

Blocking camera adalah penempatan atau peletakan sebuah kamera yang mengarah kepada suatu objek sesuai dengan naskah yang sudah dibuat. *Blocking camera* dilakukan sebelum produksi berlangsung. Hal tersebut diperjelas melalui kutipan wawancara berikut ini:

“Sebelum kita ambil gambar, kita *blocking camera* dulu buat latihan biar nanti pas ambil gambar lancar.”³⁶

³⁶ Wawancara dengan Kameramen *Diponegoro Channel* Arif Wicaksono, Semarang, 15 Mei 2018

Dari kutipan wawancara tersebut dapat dimengerti bahwa sebelum melakukan pengambilan gambar, *Diponegoro Channel* melakukan *blocking camera* terlebih dahulu. Menurut peneliti, tahapan *rehearsal* atau *blocking camera* dilakukan untuk meminimalisir *re-take* karena urutan-urutan pengambilan gambar sudah tersusun dengan baik. Hal tersebut juga dapat menghindari *jumping* gambar. Jika dilihat dari tayangannya saat produksi *Diponegoro Channel* menggunakan lebih dari satu kamera. Hal tersebut dapat dilihat dari tayangan berita pada saat pembawa acara membacakan berita. Teknik *blocking camera* sangat berguna untuk mempersingkat waktu pengambilan gambar. Kameramen *Diponegoro Channel* tidak perlu mengambil adegan secara berulang karena menggunakan lebih dari satu kamera.

b) Pengambilan gambar/ rekaman *audio visual*

(1) Di dalam studio

Dalam persiapan untuk rekaman atau penyiaran suatu program acara, *floor director* terlebih dahulu akan memastikan apakah semua pintu telah tertutup, para pengisi acara dan kru atau kerabat kerja telah siap ditempat. *floor director* merupakan orang yang bertanggung jawab dan bertugas membantu produser dan sutradara dalam mengarahkan dan mengkoordinir kru serta pengisi acara, baik pada saat *rehearsal* maupun pada saat eksekusi.

Pada saat acara sedang berlangsung, *floor director* akan memberikan aba-aba kepada pengisi acara, berdasarkan pemberitahuan dari pengarah acara melalui *intercom*. Setelah rekaman atau pengambilan gambar selesai, pengarah acara akan mempersilahkan kepada para kru untuk memastikan apakah hasil rekaman dalam kondisi baik, sebab ada kemungkinan hasil rekaman tidak menghasilkan kualitas gambar maupun suara seperti yang diharapkan, apabila hal tersebut terjadi rekaman atau pengambilan gambar akan diulang kembali.



Gambar 27. Penggunaan 3 kamera
(Sumber: Arif Wicaksono, 2016)

Dalam melakukan produksi di dalam studio, *Diponegoro Channel* menggunakan 3 buah kamera. Hal tersebut diperjelas melalui kutipan wawancara berikut ini:

“Untuk produksi di dalam studio kita pakai 3 kamera, 1 kamera diletakin di tengah buat master.”³⁷

Dari kutipan wawancara di atas dapat dimengerti bahwa *Diponegoro Channel* menggunakan 3 kamera pada saat produksi di dalam studio dimana salah satu kamera dijadikan sebagai *master*. Hal tersebut merupakan sebuah strategi yang dilakukan apabila gambar di salah satu kamera pada adegan yang sama terjadi kesalahan, bisa memakai stok gambar dari kamera lain. Jika dilihat dari tayangannya, gambar yang ditampilkan lebih bervariasi dengan memakai *angle* yang berbeda. Hal tersebut akan menghindari rasa bosan *audien* dalam menikmati video tayangan *Diponegoro Channel* karena tidak menampilkan video dengan *angle* yang sama.

(2) Di luar studio

Kameramen mengambil gambar setiap adegan yang diarahkan oleh sutradara. Pengambilan gambar didasarkan pada naskah yang sudah dibuat. Dalam pengambilan gambar satu adegan, biasanya dilakukan beberapa kali dengan sudut atau *angle* yang berbeda. Hal tersebut perlu dilakukan untuk cadangan gambar, karena akan dibutuhkan pada saat penyuntingan gambar.

³⁷ Wawancara dengan Kameramen *Diponegoro Channel* Arif Wicaksono, Semarang, 15 Mei 2018



Gambar 28. Produksi di luar studio
(Sumber: Arif Wicaksono, 2016)

Lokasi untuk pengambilan gambar juga sering tidak sesuai dengan keinginan, seperti komposisi tempat yang kurang menarik jika dilihat di kamera. Hal tersebut diperjelas melalui kutipan wawancara berikut ini:

“Kan sering tu tempatnya nggak bagus pas di kamera. Biasanya aku hilangin benda yang nggak perlu, terus ditambahin biar makin bagus.”³⁸

Dari kutipan wawancara tersebut dapat dimengerti bahwa lokasi pengambilan gambar sering tidak sesuai dengan keinginan. Untuk menjadikannya menarik saat dilihat di kamera, kameramen sering kali menata ulang ruangan atau lokasi pengambilan gambar, seperti menyingkirkan benda yang tidak perlu atau menambah benda agar terlihat lebih indah.

³⁸ Wawancara dengan Kameramen *Diponegoro Channel* Arif Wicaksono, Semarang, 15 Mei 2018

Jika dilihat dari tayangannya, teknik pengambilan gambar banyak menggunakan teknik *medium shot* atau *close up*. Menurut peneliti penggunaan teknik *medium shot* atau *close up* dalam mengambil gambar dapat menghilangkan gambar yang tidak diperlukan, dan fokus pada gambar yang diambil sehingga akan mempertegas objek yang diambil. Kameramen juga banyak menghindari teknik pengambilan gambar yang memperlihatkan semua elemen, yaitu *long shot* atau pengambilan gambar dengan jarak jauh. Namun demikian, kameramen tetap mengambil gambar dengan teknik *long shot* agar gambar lebih bervariasi. Pemirsa juga akan bosan jika dari awal menggunakan teknik *medium shot* dan *close up* saja. Sehingga bisa disimpulkan jika penggunaan teknik *medium shot* dan *close up* yang berlebihan juga tidak bagus. Sementara dalam tayangan *Diponegoro Channel* teknik pengambilan gambar *medium shot* dan *close up* digunakan secukupnya.

c. Pascaproduksi

Pascaproduksi merupakan tahap akhir dari sebuah produksi acara televisi. Setelah produksi selesai dilakukan, tahap selanjutnya adalah penyuntingan gambar. Tahapan dari pascaproduksi meliputi:

1) *Editing*

Editing adalah sebuah proses kerja yang dilakukan oleh seorang editor, yaitu memotong dan menggabungkan potongan-potongan

gambar menjadi satu kesatuan yang utuh. Dalam tahap pascaproduksi *Diponegoro Channel* juga memerlukan beberapa strategi, diantaranya teknik *editing*. *Diponegoro Channel* menggunakan 2 tahap *editing* yaitu *editing offline* dan *editing online*. *Editing offline* merupakan salah satu tahap dalam proses *editing* yaitu memotong gambar dalam bentuk kasar.



Gambar 29. Tampilan *timeline editing online*

Dalam *editing offline*, editor akan memilah gambar yang bagus sesuai catatan saat produksi, gambar yang tidak diperlukan akan dihilangkan. Kemudian gambar disusun sesuai dengan urutan adegan. Tahap selanjutnya yang dilakukan penyunting gambar adalah *editing online*. *Editing online* adalah tahap lanjutan dari tahap pertama, disini potongan gambar yang masih kasar akan disempurnakan dengan cara memberikan efek-efek pada gambar tersebut sesuai dengan kebutuhan. Selain itu melalui teknik *editing*, jika stok video sedikit dan durasi masih kurang maka editor mensiasatinya dengan menambahkan *insert*

foto-foto. Hal tersebut diperjelas melalui kutipan wawancara berikut ini:

“Kendalanya biasanya kurang bahan, gambar tidak sesuai dengan apa yang ingin kita rencanakan. Strateginya kasih *insert* foto, gambar terlalu cerah ya *colouring*.”³⁹

Dari kutipan wawancara di atas dapat dimengerti bahwa kendala yang dihadapi oleh editor adalah kekurangan bahan atau stok video yang menyebabkan durasi masih kurang. Strategi yang dilakukan oleh editor dalam hal ini adalah dengan menambahkan *insert* foto-foto. Video satu dengan yang lain juga akan berbeda mulai dari pencahayaannya, untuk menyamakan warna pada tiap-tiap video strategi yang dilakukan editor adalah dengan menggunakan teknik *colouring*. Teknik *colouring* digunakan untuk menutupi kesalahan warna yang terjadi pada saat pengaturan pada kamera. Jika dilihat dari tayangannya, hasil video *Diponegoro Channel* sama dalam segi warnanya. Hal tersebut membuktikan bahwa strategi yang dilakukan editor berhasil dan membuat tayangan *Diponegoro Channel* terhindar dari *jumping*.

³⁹ Wawancara dengan Editor *Diponegoro Channel* Azeem W., Semarang, 07 April 2018



Gambar 30. Tampilan penggunaan *colouring*

Teknik *editing* tidak hanya digunakan untuk memperbaiki gambar, tetapi juga pada *audio*. *Audio* pada sebuah video tentu tidak luput dari kesalahan, misalnya *audio* pada menit pertama lebih keras dibanding menit kedua. Untuk mengatasi hal tersebut, editor akan menggunakan efek untuk menyamakan tinggi-rendahnya *audio* pada menit pertama dan kedua tadi. Contoh lain, seperti *audio* yang terlalu bising akan mengganggu dalam menikmati suatu tayangan, strategi yang dilakukan editor agar suara enak didengar yaitu dengan menghilangkan *noise* pada *audio*. Format gambar yang dipakai untuk hasil video yang telah diedit adalah mp4 dengan resolusi 720p. Format mp4 dipilih karena memiliki kualitas gambar yang bagus, tapi dikemas dalam ukuran file kecil.

2) *Preview*

Preview adalah melihat tayangan program sebelum ditayangkan. Sebelum penayangan program, video yang sudah diedit

akan dikirim terlebih dahulu kepada Kepala Seksi Media Elektronik dan Kepala Penerangan Kodam IV/Diponegoro untuk di *preview*. Hal itu diperjelas melalui kutipan wawancara berikut ini:

“Sebelum video tayang kita laporan dulu ke Kapendam dan Kasi Medlek. Kita kasih lihat video jadinya, nanti ada koreksi dan tahap revisi. Kita revisi beberapa kali sampai siap tayang.”⁴⁰

Dari kutipan wawancara di atas dapat dimengerti bahwa sebelum proses penayangan, hasil yang selesai diedit akan dikirimkan kepada Kepala Seksi Media Elektronik dan Kepala Penerangan Kodam IV/ Diponegoro untuk dikoreksi. Kepala Seksi Media Elektronik dan Kepala Penerangan Kodam IV/ Diponegoro akan memberikan masukan apabila dirasa masih kurang dan terjadi kesalahan. Kemudian editor akan merevisi kembali video tersebut. Setelah revisi selesai dan Kepala Seksi Media Elektronik beserta Kepala Penerangan Kodam IV/ Diponegoro menyetujui hasil revisi, program siap untuk penayangan. Menurut peneliti, kegiatan *preview* oleh Kepala Penerangan Kodam IV/Diponegoro dan Kepala Seksi Media Elektronik perlu dilakukan untuk melihat apakah sebuah tayangan sudah layak atau belum untuk ditayangkan. Selain itu juga untuk menghindari kesalahan pada tayangan, misalnya *visual* dengan *audio* yang tidak sinkron, hal tersebut dapat dihindari dengan adanya

⁴⁰ Wawancara dengan Produser *Diponegoro Channel* Noorlaila Mentari, Semarang, 07 April 2018

preview. Kegiatan ini juga dilakukan untuk menghindari teguran apabila masih terjadi kesalahan pada saat penayangan.

d. Satuan Kerja Produksi

Susunan kru yang bertugas di sebuah stasiun televisi terdiri dari produser, pengarah acara, *technical director*, *floor director*, penata cahaya, penata suara dan masih banyak lagi.⁴¹ *Diponegoro Channel* tidak serta merta menggunakan teori tersebut dalam pengadaan kru-nya. *Diponegoro Channel* tidak memerlukan kru yang banyak untuk dapat memproduksi programnya. Hanya dengan 6 kru *Diponegoro Channel* bisa memproduksi setiap programnya sampai sekarang. Setiap kru *Diponegoro Channel* dituntut untuk bisa melakukan berbagai hal di bidang multimedia. Jika pada buku dijelaskan bahwa untuk menyiapkan alat produksi adalah tanggung jawab seorang *technical director*, di *Diponegoro Channel* semua kru akan bertanggungjawab untuk menyiapkan alat yang akan digunakan. Berikut manajemen produksi *Diponegoro Channel*:

1) Produser

Produser dari *Diponegoro Channel* adalah Noorlaila Mentari. Produser *Diponegoro Channel* juga merangkap sebagai reporter, pembawa acara pada beberapa program dan kadang merangkap sebagai editor.

⁴¹ Darwanto. 1994. Hlm 52

2) Sutradara

Sutradara *Diponegoro Channel* adalah Ika Oktiana. Selain mengerjakan tugas pokoknya, Sutradara *Diponegoro Channel* juga mengerjakan pekerjaan seorang penulis naskah yakni membuat sinopsis, *treatment*, naskah sampai *script breakdown*.

3) Kameramen

Kameramen yang dimiliki *Diponegoro Channel* ada 2 yaitu Arif Wicaksono dan Muhammad Asep Bachtiar. Kameramen tidak hanya bertugas dalam produksi *Diponegoro Channel*, tetapi juga diwajibkan siap di segala waktu jika diperintah meliput untuk keperluan Penerangan Kodam IV/Diponegoro. Pada saat melakukan liputan, kadang kameramen didampingi oleh produser.

4) Editor

Editor yang dimiliki *Diponegoro Channel* ada 2 yaitu Rizky Wulan dan Azeem Wadya. Editor *Diponegoro Channel* selain bertugas dalam mengedit video-video agar menjadi tayangan yang dapat ditonton, keduanya juga bertugas sebagai seorang *switcher* pada saat produksi dilakukan di dalam studio. Editor laki-laki *Diponegoro Channel* juga merangkap sebagai kameramen jika jadwal liputan menumpuk dan kekurangan kameramen.

Diponegoro Channel menerima pelajar sekolah atau mahasiswa untuk magang. Peserta magang biasanya magang selama 2 bulan. Hal tersebut diperjelas melalui kutipan wawancara berikut:

“Iya kita juga nerima anak magang dari pelajar SMK sampai mahasiswa. Biasanya rata-rata mereka magang selama 2 bulan dan kita nggak bedain kasih tugasnya antara anak SMK sama mahasiswa.”⁴²

Dari kutipan wawancara di atas dapat dimengerti bahwa *Diponegoro Channel* menerima pelajar dan mahasiswa untuk magang. Dalam pemberian tugasnya, *Diponegoro Channel* tidak membedakan antara pelajar SMK dan mahasiswa. Mereka bisa mengerjakan tugas antara lain mengambil gambar, mengedit video dan menyimpan file program pada folder tayangan dan memindahkannya di *playlist* pada software *streaming*. Menurut peneliti penerimaan peserta magang ini merupakan sebuah strategi yang dilakukan oleh *Diponegoro Channel* untuk menekan biaya operasional dalam hal penggajian, karena *Diponegoro Channel* tidak perlu memberikan gaji kepada peserta magang. Apabila ada salah satu kru yang berhalangan hadir pada saat jadwal produksi, produser akan menggantinya dengan peserta magang.

e. Kerja Sama Dengan Pihak Lain

Sumbangan, hibah, dan kerjasama dengan pihak lain diterima dengan tangan terbuka sepanjang tidak bertentangan dengan visi, misi dan tujuan pendirian televisi. Kerjasama yang bisa dilakukan adalah:

- 1) Kerja sama dalam produksi program.
- 2) Kerja sama dalam pelatihan teknik pengoperasian alat produksi.

⁴² Wawancara dengan Kameramen *Diponegoro Channel* Arif Wicaksono, Semarang, 15 Mei 2018

3) Kerja sama dalam penyiaran program tayangan.

Beberapa bentuk kerja sama *Diponegoro Channel* dengan pihak luar antara lain sebagai berikut:

1) Kerja sama dengan Dreamlight World Media

Pada Agustus 2014, *Diponegoro Channel* memulai kerja sama dengan Dreamlight World Media dalam bentuk pelatihan teknik pengoperasian kamera, *lighting*, grafis hingga *broadcasting* yang diberikan oleh Dreamlight World Media. Dreamlight World Media merupakan *Production House* yang sudah banyak memproduksi program reality show dan tayang di stasiun televisi swasta Indonesia. Dreamlight World Media berkantor di Ungaran, Kabupaten Semarang. Kerja sama ini dilakukan sebagai strategi untuk melatih kembali kemampuan kru *Diponegoro Channel* supaya program yang dihasilkan nantinya lebih bagus lagi.

2) Kerja sama dengan Cakra Semarang TV, BMW TV dan Metro TV

Pada September 2014 sampai dengan 2015, *Diponegoro Channel* menjalin kerja sama dengan Cakra Semarang TV. Cakra Semarang TV merupakan stasiun televisi lokal yang ada di Semarang. *Diponegoro Channel* melakukan kerja sama ini karena Cakra Semarang TV merupakan stasiun televisi lokal di Semarang yang sudah lama berdiri yaitu pada tahun 2005. Logo *Diponegoro Channel* tertera pada video program yang tayang di Cakra Semarang TV, dengan begitu *Diponegoro Channel* bisa dikenal oleh masyarakat

Semarang. *Diponegoro Channel* mendapatkan slot tayang setiap hari Senin pukul 21:00-22:00 dan Selasa pukul 20:00-21:00. Jadwal tayang untuk hari Senin diisi dengan tayangan *Lintas Kodam 4* yang menayangkan kegiatan-kegiatan TNI bersama masyarakat yang dikemas dalam bentuk liputan. Kemudian jadwal tayang untuk hari Selasa *Diponegoro Channel* menyajikan program acara *Panggung Prajurit*. Program acara tersebut merupakan program hiburan dan disiarkan secara langsung (*live*) di Cakra Semarang TV.

Diponegoro Channel juga menjalin kerja sama dengan BMW TV dengan mengisi slot tayangan di BMW TV. Program acara dari *Diponegoro Channel* yang tayang di BMW TV adalah program *SOWAN*. *Diponegoro Channel* juga melakukan kerja sama dengan Metro TV dalam bentuk pengadaan video kegiatan tentara yang disiarkan di program *Newsline Nusantara*.



Gambar 31. Cuplikan program Metro TV

(Sumber: <https://www.youtube.com/watch?v=f-lqwiBwsDg>)

Diponegoro Channel menayangkan programnya secara *streaming*. Penayangan secara *streaming* tidak semua orang

mengetahui atau tertarik dengan tayangan *Diponegoro Channel*. Sehingga kerja sama dengan pihak Cakra Semarang TV dan BMW TV merupakan sebuah strategi *Diponegoro Channel* untuk dapat menayangkan programnya dan diterima masyarakat.

3) Kerja sama dengan Honda Astra Motor Jawa Tengah dan PT. Smartfren

Desember 2014, *Diponegoro Channel* menjalin kerja sama dengan Honda Astra Motor Jawa Tengah. *Diponegoro Channel* dipercaya untuk menjadi tim dokumentasi dalam acara yang diadakan Honda Astra Motor yang bertajuk “Jadilah Juara Bersama Blade” pada 17-20 Desember 2014 di Stadion Jatidiri Semarang, “Honda Racing Championship 2014” di Jalan Pahlawan Semarang serta acara “Awarding Night” pada 22-23 Desember 2014 di Liquid Cafe Semarang. Pada Mei 2015, *Diponegoro Channel* menjadi tim dokumentasi dalam kegiatan yang dilakukan PT. Smartfren.

Pada dasarnya *Diponegoro Channel* merupakan televisi komunitas yang tidak boleh menerima iklan dalam bentuk apapun yang bersifat komersial. Akan tetapi *Diponegoro Channel* tetap membutuhkan biaya untuk operasionalnya agar tetap menyiarkan tayangan informasi tentang TNI-AD Kodam IV/Diponegoro. Untuk mensiasati hal tersebut, maka *Diponegoro Channel* menggunakan strategi menambah penghasilan untuk biaya operasinya dengan menerima tawaran non-iklan.

3. Pengawasan dan Evaluasi Program

Proses pengawasan dan evaluasi menentukan seberapa jauh suatu rencana dan tujuan sudah dapat dicapai atau diwujudkan oleh stasiun penyiaran. Pengawasan harus dilakukan berdasarkan hasil kerja atau kinerja yang dapat diukur agar fungsi pengawasan dapat berjalan secara efektif. Tahap pengawasan di *Diponegoro Channel* sudah dilakukan sejak proses perencanaan program. Apa saja yang dilakukan dalam tahapan produksi program, produser selalu membuat laporan untuk diberikan kepada Kepala Seksi Media Elektronik.

Pada tahap perencanaan program, Kepala Seksi Media Elektronik akan mengawasi mulai dari pengumpulan ide sampai dengan penentuan tema per 13 episode. Produser akan membuat rancangan program acara dan memberikannya kepada Kepala Seksi Media Elektronik untuk dikaji. Pada tahap ini, Kepala Seksi Media Elektronik akan mengoreksi rancangan yang telah dibuat dan memberikan masukan. Setelah produser selesai merevisi rancangan program acara, produser akan meminta sutradara untuk membuat naskah. Sebelum diproduksi, naskah akan diserahkan kembali kepada Kepala Seksi Media Elektronik untuk di-*review* terlebih dahulu. Jika naskah sudah disetujui, produser membuat jadwal untuk produksi. Jadwal produksi juga tidak luput dari pengawasan Kepala Seksi Media Elektronik.

Setelah selesai melakukan produksi, hasil video akan di-*preview* oleh produser bersama Kepala Seksi Media Elektronik dan Kepala Penerangan Kodam IV/Diponegoro. Sampai dengan proses pascaproduksi, Kepala Seksi

Media Elektronik melakukan pengawasan. Jika dirasa pekerjaan yang telah dikerjakan kurang, akan dilakukan revisi berulang-ulang hingga hasilnya bagus. Kegiatan pengawasan ini dilakukan untuk menghindari kesalahan saat proses pembuatan program.

Diponegoro Channel melakukan pengawasan dengan melihat jumlah *viewers* yang menonton program *Diponegoro Channel*. Hal tersebut dilakukan karena proses siaran yang dilakukan secara *streaming*, *Diponegoro Channel* melihat dari jumlah *viewers* di Channel *youtube*-nya. Jika jumlah penonton tiap minggu menurun, maka diperlukan evaluasi mingguan untuk program per episodenya dan memperbaiki dalam tayangan episode selanjutnya. Hal tersebut merupakan strategi yang dilakukan *Diponegoro Channel* untuk mempertahankan kualitas programnya. Selain itu, *Diponegoro Channel* juga memanfaatkan kolom komentar dalam memperbaiki tayangan programnya. Karena pada kolom komentar, *audien* akan meninggalkan komentar berupa kritik dan saran.

Diponegoro Channel juga melakukan kegiatan evaluasi program secara rutin setiap 6 bulan sekali. Hal tersebut diperjelas melalui kutipan wawancara berikut ini:

“Biasanya kita adain rapat evaluasi tiap 6 bulan sekali bareng Kasi Medlek dan Kapendam. Kita rapat buat nentuin kedepannya kita akan seperti apa, mau gimana. Kita lihat program apa yang banyak disukai, bakal dipertahankan atau enggak.”⁴³

⁴³ Wawancara dengan Produser *Diponegoro Channel* Noorlaila Mentari, Semarang, 07 April 2018

Dari kutipan wawancara tersebut dapat dimengerti bahwa dalam proses evaluasi program *Diponegoro Channel* melibatkan produser, Kepala Seksi Media Elektronik dan Kepala Penerangan Kodam IV/Diponegoro. Evaluasi program dilakukan untuk meninjau kembali program yang telah dijalankan, program apa yang memiliki *viewers* banyak maupun sedikit. Produser dalam menentukan program baru yang akan diproduksi, dengan didasarkan pada jumlah *viewers* tiap programnya. Produser akan membuat program yang sejenis dengan program yang sudah ada dengan banyak *viewers*. Hasil analisis yang dilakukan oleh peneliti menyimpulkan bahwa program yang memiliki *viewers* banyak akan dipertahankan seperti program *Ton Tangkas*. Program *Ton Tangkas* setiap tahunnya memiliki banyak *viewers*. Dalam hal kualitas videonya juga semakin baik tiap tahunnya. Hal tersebut merupakan strategi dalam hal mempertahankan *audien*.

B. Pemasaran

Promosi program merupakan upaya bagaimana memperkenalkan stasiun televisi kepada *audien* dan kemudian menjual program sehingga dapat mendatangkan iklan. Stasiun penyiaran menggunakan berbagai instrument promosi untuk menciptakan kesadaran dan ketertarikan *audien* dan pemasang iklan baik terhadap program maupun stasiun penyiaran.

Manajemen pemasaran yang dilakukan oleh *Diponegoro Channel* bukan bertujuan untuk mendapatkan keuntungan dari pemasang iklan seperti stasiun televisi komersial, tetapi bertujuan agar lebih dikenal dan bermanfaat bagi

masyarakat. Berikut bentuk strategi pemasaran yang dilakukan *Diponegoro Channel*:

1. Promosi melalui media sosial

Sekarang ini hampir semua masyarakat Indonesia dari berbagai kalangan menggunakan media sosial. Media Sosial adalah sebuah media online dengan para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi. Media sosial memiliki pengaruh besar dalam kehidupan masyarakat Indonesia. Penggunaan media sosial di Indonesia semakin meningkat dari hari ke hari. Kelebihan dari media sosial adalah dapat dengan cepat untuk menyebarkan informasi dan berita. Sehingga setiap orang juga dengan cepat mengakses berita tersebut melalui media sosial. Selain itu, media sosial memudahkan kita untuk saling berkomentar dan menanggapi serta memberi saran. Media sosial dapat dengan mudah diakses kapan saja dan dari mana saja.

Strategi yang dilakukan *Diponegoro Channel* agar lebih dikenal masyarakat luas adalah dengan mempromosikan program-programnya melalui media sosial. Hal itu diperjelas melalui kutipan wawancara berikut ini:

“Kita pakai media sosial buat ngenalin televisi kita ke masyarakat. Di dalamnya selain posting program kita juga posting mengenai berita-berita yang berkaitan dengan tentara karena kita kan di bawah naungan Kodam IV/Diponegoro.”⁴⁴

Dari kutipan wawancara di atas dapat dimengerti bahwa dalam mengenalkan programnya kepada masyarakat, *Diponegoro Channel* melakukan promosi melalui media sosial. Untuk menarik perhatian pengguna

⁴⁴ Wawancara dengan Kameramen *Diponegoro Channel* Arif Wicaksono, Semarang, 08 Mei 2018

media sosial agar mengikuti akun milik *Diponegoro Channel*, strategi yang dilakukan adalah dengan memberikan informasi secara cepat, informasi tersebut terkait bencana alam di suatu wilayah, kecelakaan lalu lintas disertai dengan fotonya agar para pengikut bisa dapat mendapatkan informasi secara cepat.

Promosi *Diponegoro Channel* dilakukan di beberapa akun media sosial yaitu *facebook*, *twitter* dan *instagram*. Akun *facebook* milik *Diponegoro Channel* memakai logo untuk *display picture*-nya sebagai identitas. Dalam akun *facebook* miliknya, *Diponegoro Channel* mempromosikan beberapa program yang akan disiarkan.



Gambar 32. Capture promosi program *Diponegoro Channel*
(Sumber: <https://www.facebook.com/Diponegoro-Channel-1005833026169112/>)

Diponegoro Channel menggunakan layanan *facebook* untuk media promosi yaitu *Facebook Page*. *Facebook Page* adalah sebuah layanan yang diberikan *facebook* untuk tujuan bisnis atau komersial secara gratis. Kelebihan dari *facebook* jika dibandingkan dengan media sosial yang lain adalah bisa mengundang teman untuk menyukai halaman kita. Dalam

Facebook Page juga dapat meletakkan konten tertentu di posisi paling atas. Dengan menggunakan *facebook*, *Diponegoro Channel* juga dapat menyertakan *link* web atau *youtube* terkait program tayangannya.

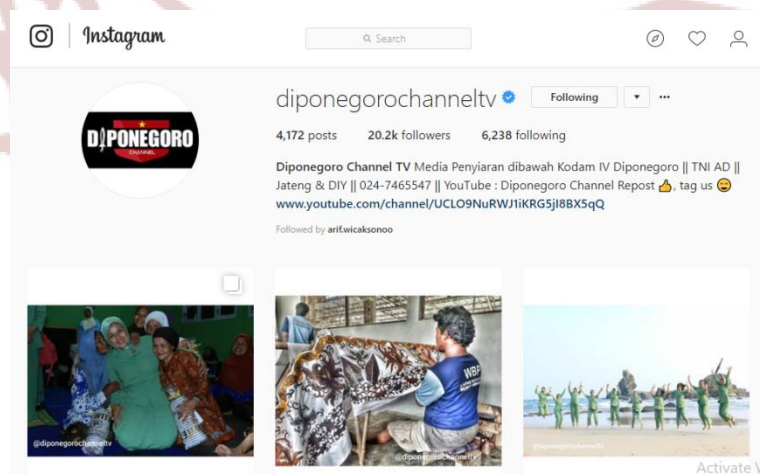
Selain *facebook*, *Diponegoro Channel* juga memiliki akun media sosial *Twitter* dengan nama @DiponegoroTV. Sama dengan *facebook*, *Diponegoro Channel* juga menggunakan logo stasiun televisinya untuk foto profil sebagai identitasnya. *Diponegoro Channel* tidak hanya mempromosikan programnya, tapi juga meng-*update* kegiatan-kegiatan tentara di media sosial *twitter*. *Twitter* hanya menyediakan 140 kata untuk menulis status. Oleh sebab itu dalam meng-*update* status, *Diponegoro Channel* menyertakan link yang menghubungkan ke akun *facebook* atau *youtube* miliknya. Dengan begitu juga pengguna *twitter* dapat dengan mudah melihat tayangan *Diponegoro Channel* dengan sekali klik tanpa melakukan pencarian di *youtube*.



Gambar 33. Capture Twitter *Diponegoro Channel*

(Sumber: <https://mobile.twitter.com/diponegorotv>)

Diponegoro Channel juga memiliki akun *instagram* dengan nama @Diponegorochanneltv. *Instagram* milik *Diponegoro Channel* sudah memiliki banyak pengikut. *Diponegoro Channel* merupakan stasiun penyiaran dibawah Kodam IV/ Diponegoro, oleh sebab itu dalam *instagram*nya *Diponegoro Channel* mengunggah kegiatan-kegiatan yang dilakukan oleh tentara Kodam IV/Diponegoro. Dalam *instagram*, *Diponegoro Channel* dapat mengunggah cuplikan tayangan yang disertai dengan keterangan tentang tayangan tersebut. Pada *instagram*, video yang diperbolehkan adalah dengan durasi maksimal 60 detik. Dengan begitu, video yang diunggah hanya berupa *teaser*. *Teaser* merupakan video yang berisi cuplikan-cuplikan adegan dalam sebuah tayangan. Hal tersebut menyebabkan rasa penasaran bagi pengikut akun *instagram Diponegoro Channel*, dengan begitu para pengikut akan menonton video dengan durasi penuh yang ada di *youtube* bahkan akan mengunduh aplikasi *Diponegoro Channel* yang tersedia di *play store*.



Gambar 34. Capture Instagram *Diponegoro Channel*

(Sumber: <https://www.instagram.com/diponegorochanneltv/?hl=id>)

Hasil analisis yang dilakukan peneliti menyimpulkan bahwa tim *Diponegoro Channel* memanfaatkan berbagai situs media sosial dalam mempromosikan programnya. Hal ini sangat efektif karena masyarakat Indonesia yang tidak dapat lepas dari keberadaan media sosial. Hampir seluruh masyarakat memiliki akun media sosial dan setiap hari menggunakannya. *Diponegoro Channel* juga aktif dalam mengunggah hasil liputan, cuplikan program serta berita-berita mengenai tentara di akun instagram miliknya.

2. Berpartisipasi dalam Festival Film Nusantara

Diponegoro Channel ikut serta dalam perlombaan Festival Film Nusantara sebagai strategi dalam upaya memperkenalkan namanya kepada seluruh masyarakat Indonesia, *Diponegoro Channel* ikut serta dalam perlombaan Festival Film Nusantara. Hal tersebut diperjelas melalui kutipan wawancara berikut ini:

“Kita juga ikut lomba-lomba biar terkenal. Salah satunya ikut FFN kemarin dan dapet juara.”⁴⁵

Dari kutipan wawancara di atas dapat dimengerti bahwa selain melakukan promosi melalui media sosial, *Diponegoro Channel* juga melakukan promosi dengan mengikuti perlombaan Festival Film Nusantara (FFN). FFN adalah sebuah festival film kebangsaan dan karya anak bangsa terbesar untuk komunitas perfilman di Indonesia.

⁴⁵ Wawancara dengan Kameramen *Diponegoro Channel* Arif Wicaksono, Semarang, 08 Mei 2018



Gambar 35. Piala Festival Film Nusantara
(Sumber: Mega Kusumawati, 2018)

Diponegoro Channel mengirimkan salah satu video dalam program SOWAN pada episode *Buah Manis Pengabdian*. *Diponegoro Channel* mendapatkan juara pertama kategori Pemberdayaan Masyarakat dan juara kedua untuk kategori Desa dan Maritim. Dengan mengikuti lomba tersebut dan mendapatkan juara, tentu nama *Diponegoro Channel* akan lebih dikenal lagi oleh masyarakat Indonesia khususnya pada pembuat dan pecinta film. Berdasarkan observasi yang dilakukan peneliti, dengan mendapatkan juara di lomba FFN membuat *Diponegoro Channel* muncul di berita-berita online seperti TribunJateng.com.



Gambar 36. *Capture berita online*
(Sumber: jateng.tribunnews.com, 2017)

Hasil analisis yang dilakukan peneliti menyimpulkan bahwa dengan mengikuti perlombaan film dan mendapatkan juara menjadikan *Diponegoro Channel* lebih dikenal, karena dengan menang dalam lomba tersebut menjadikan *Diponegoro Channel* muncul di sejumlah berita *online*. Menurut peneliti situs berita *online* seperti Tribun Jateng cukup terkenal, sehingga hal tersebut menguntungkan bagi *Diponegoro Channel*.

3. Kemasan Program

Kemasan (*packaging*) adalah aspek lain dari strategi pemasaran yang perannya dirasa semakin penting. Bagi pengelola program penyiaran, kemasan dapat diartikan segala sesuatu yang perlu dilakukan untuk menarik perhatian *audien* melalui penampilan (*appearance*) suatu program yang mencakup antara lain misalnya: pembawa acara (*presenter*), busana yang dikenakan, penampilan latar belakang (*background*), *bumper* program yang menarik.⁴⁶ Kemasan program menjadi penarik bagi konsumen untuk

⁴⁶Morissan. 2008. Hlm 284

memberikan perhatian pada suatu program sehingga mampu memberikan kesan pertama yang baik. Sebagai contoh program *Diponegoro Channel* yaitu *Panggung Prajurit*:

a) Pembawa Acara (*Presenter*)

Dalam menarik perhatian penonton agar melihat programnya, strategi yang dijalankan *Diponegoro Channel* dalam hal ini adalah dengan menampilkan 2 pembawa acara wanita dengan penampilan yang menarik.

b) Busana yang dikenakan dan Penampilan Latar Belakang (*Background*)

Busana yang dikenakan oleh seluruh peserta atau pengisi acara adalah seragam tentara. Hal tersebut akan menimbulkan rasa penasaran, dengan begitu *audien* akan menonton program acara tersebut untuk mengobati rasa penasarannya.

Dengan latar belakang semua peserta merupakan seorang tentara menjadi daya tarik tersendiri. Tentara yang dikenal oleh sebagian masyarakat adalah sosok yang tegas, disini mereka menunjukkan bakat-bakatnya diatas panggung.

C. Sistem Penyiaran

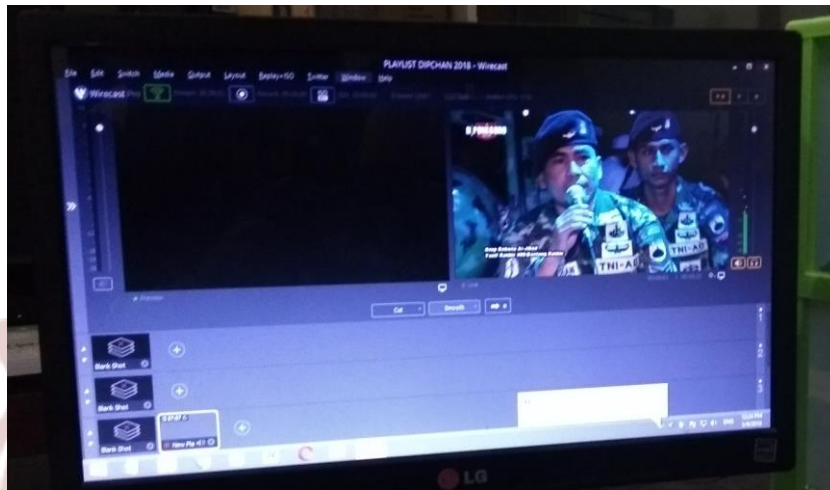
Penyiaran merupakan pendistribusian muatan audio atau video kepada *audien* yang tersebar melalui berbagai medium komunikasi massa. Sistem penyiaran yang dilakukan oleh *Diponegoro Channel* adalah siaran secara *live streaming* di web www.diponegorochannel.tv pada aplikasi *Diponegoro Channel*

yang dapat diunduh di *Google Play*. Semejak tahun 2017, web *Diponegoro Channel* sudah tidak dapat diakses kembali. Untuk mempertahankan eksistensinya, cara yang dilakukan *Diponegoro Channel* adalah dengan menyiarkan tayangannya di web *Suara Diponegoro* yaitu www.suaradiponegoro.com. Selain itu juga adalah dengan mengunggah semua tayangan di *youtube*. Menurut peneliti, memilih menyiarkan tayangannya di *youtube* adalah strategi untuk menghemat biaya, karena dalam menggunakan media *youtube* tidak perlu mengeluarkan uang.

Penyiaran secara *streaming* adalah menyiarkan program-program tayangan *Diponegoro Channel* melalui internet. Kelebihan dari penyiaran ini adalah program dapat ditonton tanpa batasan wilayah, masyarakat dapat melihat tayangan *Diponegoro Channel* dimana saja dan kapan saja asal memiliki koneksi untuk tersambung ke internet. Hal tersebut semakin diperjelas melalui kutipan wawancara berikut ini:

“Dengan *streaming* bisa diakses kapan dan dimana saja, karena banyak anggota TNI di pelosok yang tidak memiliki TV. Satgas-satgas jadi tahu info kegiatan di Kodam IV/Diponegoro.”

Dari kutipan wawancara di atas dapat dimengerti bahwa penyiaran secara *streaming* dilakukan *Diponegoro Channel* bertujuan untuk *audien* dengan mudah melihat tayangan *Diponegoro Channel* karena dapat diakses kapan dan dimana saja.



Gambar 37. Tampilan *Software Wirecast*
(Sumber: Mega Kusumawati, 2018)

Dalam menyiarkan programnya melalui *streaming*, *Diponegoro Channel* menggunakan *software* bernama *Wirecast*. *Wirecast* adalah suatu *software* yang memungkinkan semua orang untuk dengan mudah menyiarkan video atau tayangan. *Diponegoro Channel* lebih memilih menggunakan *Wirecast* karena pengoperasannya lebih mudah dan lebih *kompatibel* dengan server yang disewa.

Penyiaran secara *streaming* yang dilakukan *Diponegoro Channel* adalah strategi *Diponegoro Channel* dalam upaya mengikuti zaman, kembali lagi pada fakta bahwa masyarakat Indonesia yang tidak bisa dilepaskan dari keberadaan *smartphone*. Dibandingkan dengan menonton tayangan melalui media televisi analog yang hanya bisa dilakukan di satu tempat saja tanpa bisa membawa media tersebut kemana-mana, menonton tayangan secara *streaming* bisa dilakukan dimanapun menggunakan *smartphone* maupun komputer dengan koneksi internet. Program acara yang diproduksi oleh *Diponegoro Channel* disiarkan secara *streaming* juga merupakan strategi agar dapat ditonton tanpa batasan wilayah. Sehingga *audien* dari *Diponegoro Channel* menjadi lebih luas dan banyak.

Menurut peneliti, penyiaran *streaming* dilakukan untuk menghemat biaya operasionalnya dalam hal penyiaran. Jika dibandingkan melakukan penyiaran menggunakan pemancaran terestrial maupun satelit maka biayanya akan lebih besar.



BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

Diponegoro Channel didirikan oleh Kodam IV/Diponegoro dengan tujuan untuk menjadi media penyeimbang dan media alternatif untuk menggugah rasa kebangsaan, toleransi, cinta tanah air dalam keanekaragaman Bhinneka Tunggal Ika, serta merupakan media hiburan yang memberikan tayangan yang menarik dan menghibur masyarakat dengan konsep pengemasan program acara secara kreatif, unik dalam format *edutainment*. Hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa terdapat tiga pilar utama manajemen penyiaran yang dijalankan oleh *Diponegoro Channel* sebagai stasiun televisi komunitas yang memfokuskan dirinya sebagai televisi informasi.

Strategi program yang dilakukan *Diponegoro Channel* melalui tiga tahapan. Tahapan pertama yaitu perencanaan program. Tahapan dalam perencanaan program meliputi pengumpulan ide, menentukan konten program, menentukan format program dan yang terakhir menyusun isi program. Pada tahap pengumpulan ide strategi *Diponegoro Channel* dengan melihat dari kegiatan TMMD Babinsa yang didapat dari Staf Teritorial. Hal tersebut dikarenakan kegiatan akan selalu ada setiap hari maka ide juga akan selalu ada, sehingga pihak *Diponegoro Channel* akan menghemat waktu dan tenaga karena tidak perlu mencari-cari ide lagi untuk programnya. Kemudian strategi yang digunakan *Diponegoro Channel* dalam menentukan format program adalah dengan melihat

format program yang membutuhkan biaya produksi yang tidak banyak. Sehingga *Diponegoro Channel* akan menghemat biaya pengeluaran untuk produksi.

Tahapan kedua yaitu produksi dan kerjasama dengan pihak lain. Dalam memenuhi kebutuhan akan program-program yang akan ditayangkan, *Diponegoro Channel* memproduksi semua programnya sendiri. Untuk menghemat biaya produksi, strategi yang dilakukan *Diponegoro Channel* adalah dengan kru yang sedikit merangkap berbagai jenis pekerjaan. Jika produksi diluar, produksi dilakukan ditempat yang tidak jauh dari kantor dan juga lokasi yang terkena banyak sinar matahari sebagai strategi untuk meminimalkan alat produksi yang dibawa. *Diponegoro Channel* juga menggunakan peserta magang pada saat proses produksi dalam upayanya menekan biaya operasional karena tidak perlu menggaji. *Diponegoro Channel* tidak pernah melakukan pembelian program dari pihak lain. *Diponegoro Channel* juga bekerjasama dengan Cakra Semarang TV dan BMW TV dalam pengisian siaran program kedua stasiun televisi tersebut dengan program dari *Diponegoro Channel*. *Diponegoro Channel* juga melakukan kerjasama dengan Metro TV dalam bentuk pengadaan video liputan untuk program *Newsline Nusantara*. Hal tersebut merupakan sebuah strategi yang dilakukan *Diponegoro Channel* untuk lebih dikenal masyarakat. Tahap terakhir yaitu pengawasan dan evaluasi program. Proses pengawasan yang dilakukan *Diponegoro Channel* dimulai sejak perencanaan program, dimana Kapendam dan Kepala Seksi Media Elektronik selalu mengawasi tiap proses yang dilakukan dari tahap perencanaan sampai dengan penayangan. Selain itu, proses pengawasan dilakukan dalam melihat jumlah *audien*. Hal tersebut dikarenakan proses

penyiaran program dilakukan secara *streaming*, sehingga produser harus melihat jumlah *viewers*. Apabila jumlah *viewers* menurun tiap minggunya, evaluasi perlu dilakukan dengan menganalisis program pada episode tersebut. Hal tersebut merupakan strategi *Diponegoro Channel* dalam mempertahankan kualitas program dan mempertahankan *audien*-nya.

Manajemen pemasaran yang dilakukan oleh *Diponegoro Channel* bukan bertujuan untuk mendapatkan keuntungan dari pemasang iklan seperti stasiun televisi komersial tetapi lebih kepada agar lebih dikenal oleh masyarakat luas. Dalam upayanya memperkenalkan kepada masyarakat, *Diponegoro Channel* melakukan kegiatan promosi programnya melalui media sosial. Hal tersebut sebagai strategi untuk menarik perhatian *audien* agar menonton program tayangan *Diponegoro Channel*. *Diponegoro Channel* juga melakukan promosi program dengan bekerjasama dengan stasiun televisi lain dalam penayangan program.

Sistem penyiaran *Diponegoro Channel* adalah siaran secara *streaming* melalui web dan juga aplikasi android. Penyiaran secara *streaming* dilakukan *Diponegoro Channel* sebagai strategi dalam upaya mengikuti zaman, mengingat fakta bahwa masyarakat Indonesia yang tidak bisa dilepaskan dari keberadaan *smartphone*. Untuk melayani masyarakat yang tidak suka melihat tayangan secara *streaming*, *Diponegoro Channel* melakukan kerjasama dengan stasiun televisi lain dalam penayangan programnya. Dalam penayangan secara *streaming*, *Diponegoro Channel* menggunakan *software* bernama *Wirecast*. *Software* tersebut digunakan karena pengoperasiannya yang mudah, dengan demikian peserta magang juga bisa melakukan penayangan *streaming*.

B. Saran

Penelitian ini menghasilkan kesimpulan mengenai berbagai strategi manajemen yang dijalankan oleh *Diponegoro Channel*. Dari berbagai strategi yang dijalankan, penulis merasa bahwa ada beberapa strategi yang di dalamnya terdapat kelemahan. Strategi tersebut antara lain adalah penyiaran secara *streaming*. Apabila suatu stasiun televisi menayangkan programnya melalui *streaming* tidak semua orang mengetahui dan tertarik dengan tayangannya. Selain itu juga menonton tayangan secara *streaming* membutuhkan kuota yang tidak sedikit. Tidak jarang pula orang yang hanya menonton tayangan *streaming* jika ada *wifi*. Hal tersebut menyebabkan *audien* yang menonton tayangan *Diponegoro Channel* sedikit. Untuk mengatasi hal tersebut, penulis menyarankan agar *Diponegoro Channel* juga melakukan siaran secara analog atau melakukan kerjasama siaran dengan stasiun televisi lokal maupun swasta untuk semua programnya. Kemudian kru yang hanya berjumlah 6 orang dengan kegiatan liputan yang cukup banyak dari Penerangan Kodam IV/Diponegoro dan program acara *Diponegoro Channel* sendiri, menurut penulis akan mempengaruhi kinerja dari para kru sehingga tidak efisien. Seperti sekarang, banyak program yang tidak diproduksi kembali karena semua kru bertugas dalam kegiatan liputan Penerangan Kodam IV/Diponegoro. Penulis menyarankan agar pihak *Diponegoro Channel* merekrut kru agar dapat menjalankan programnya kembali.

DAFTAR PUSTAKA

BUKU

- Djamal dan Andi Fachruddin. 2011. *Dasar-Dasar Penyiaran*. Jakarta: Kencana.
- Effendy, Onong Uchjana. 2009. *Ilmu Komunikasi: Teori Dan Praktek*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Herdiansyah, Haris. 2014. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Jakarta Selatan: Salemba Humanika.
- Kuswandi, Wawan. 1996. *Komunikasi Massa: Sebuah Analisis Media Televisi*. Jakarta : PT. Rineka Cipta
- Moleong, Lexy J. 2012. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Morrisan. 2008. *Manajemen Media Penyiaran: Strategi Mengelola Radio & Televisi*. Jakarta: Kencana.
- Mufid, Muhammad. 2010. *Komunikasi & Regulasi Penyiaran*. Jakarta: Kencana
- Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 51 Tahun 2005 Tentang Penyelenggaraan Penyiaran Lembaga Penyiaran Komunitas*
- Sugiyono. 2012. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 32 Tahun 2002 Tentang Penyiaran*

SUMBER PENELITIAN

- Febrina Candra Cahyaning. 2017. *Strategi Manajemen Media Penyiaran TV Edukasi Sebagai Televisi Pendidikan*. Skripsi tidak diterbitkan. Surakarta: ISI Surakarta.

Umi Dwi Pratiwi. 2013. *Strategi Manajemen Penyiaran TVKU Semarang Sebagai Televisi Pendidikan Alternatif*. Skripsi tidak diterbitkan. Surakarta: ISI Surakarta.

Ernis Suryanti Taufli. 2014. *Strategi Padang TV Dalam Mempertahankan Eksistensinya Sebagai Televisi Lokal*. Skripsi tidak diterbitkan. Padang: Universitas Andalas.

INTERNET

Ahmad Antoni. 2015. *Kodam Diponegoro Miliki Televisi Informasi*, (Online), (<https://daerah.sindonews.com/read/1014363/151/kodam-diponegoro-miliki-televisi-informasi-1434678607> diakses 23 Juli 2018)

Elsana Adi. 2017. *Diponegoro Channel Berhasil Raih Juara di FFN*, (Online), (http://indonesiana.tempo.co/read/117920/2017/10/13/elsana_Adi/diponegoro-channel-berhasil-raih-juara-di-ffn diakses 30 April 2018)

<http://facebook.com/TV-Diponegoro-Channel/>, diakses pada 30 April 2018

<http://twitter.com/diponegorotv/>, diakses pada 30 April 2018

<http://instagram.com/Diponegoro-Channel-TV/>, diakses pada 30 April 2018

<http://youtube.com/Diponegoro-Channel/>, diakses pada 30 April 2018

<http://facebook.com/TV-Diponegoro-Channel/>, diakses pada 30 April 2018

<http://twitter.com/diponegorotv/>, diakses pada 30 April 2018

<http://instagram.com/Diponegoro-Channel-TV/>, diakses pada 30 April 2018

<http://youtube.com/Diponegoro-Channel/>, diakses pada 30 April 2018

TNI Angkatan Darat. 2015. *Penandatanganan MoU Diponegoro Channel dengan Dreamlight World Media*, (Online), (<http://tniad.mi.id/2015/06/penandatanganan-mou-diponegoro-channel-dengan-dreamlight-world-media/> diakses 14 April 2018)

Transkrip Hasil Wawancara

Narasumber : Noorlaila Mentari

Tempat : *Diponegoro Channel*

Hari/tanggal : 7 April dan 8 Mei 2018

Mega K :	Terimakasih untuk waktu yang diberikan kepada saya, Mbak. Sebuah stasiun penyiaran dapat bertahan atau berkembang apabila mempunyai 3 pilar penting yaitu Strategi Program, Pemasaran dan Teknik Penyiaran. Dalam Strategi Program terdiri dari perencanaan program, produksi dan pembelian program, dan evaluasi program. Bagaimana <i>Diponegoro Channel</i> melakukan perencanaan program?
Noorlaila Mentari:	Dasarnya perintah baik dari Kapendam maupun Pangdam IV/Diponegoro atas prestasi prajurit dan hal-hal yang perlu dieskpos, karena Kodam IV/Diponegoro ingin masyarakat tau apa saja kegiatan prajurit. Karena sekarang sudah bukan zamannya perang angkat senjata, tapi perang melawan media, perang melawan kebodohan. Kegiatan-kegiatan Kodam IV banyak yang bersentuhan dengan masyarakat, makanya didirikanlah <i>Diponegoro Channel</i> untuk menyampaikan informasi kegiatan-kegiatan Kodam IV dengan konten yang menarik. Biasanya perencanaan program untuk idenya kita mendapat info dari Ster. Ster itu Staf Teritorial. Karena yang bersentuhan langsung dengan masyarakat itu dari teritorial. Ya contohnya TMMD. Infonya dikirim lewat telegram atau langsung ke Kapendam. Jadi di Kodam itu ada asisten-asisten di bawah Pangdam. Mereka ini yang punya data-data dan melaksanakan

	<p>kegiatan-kegiatan Kodam, karena ada 5 bidang di Kodam IV/Diponegoro, Teritorial, Perencanaan, Logistik, Personil, Intel. Nah yang sering bersinggungan sama kita adalah dari teritorial. Dari data-data mereka itu kita bikin perencanaan. Misal nih satu program kita bikin satu season kan 13 episode, kita ngadain rapat langsung kita bikin dulu 13 episode itu mau kira-kira apa aja targetnya kita pilihin apa aja yang pantas jadi konten tayangan sama mana yang harus di skip. Konten kan jelas kita dari TMMD tadi, tapi dipilih lagi mana yang bagus buat dijadiin tayangan. Kalau sudah kita ajukan dulu ke Kapendam disetujui apa enggak, begitu ACC baru kita produksi. Mecah dari 13 episode itu biasanya kita udah bikin <i>script</i> sama gambaran nanti kayak apa kayak apa.</p> <p>Kalau perencanaan kegiatan untuk Pendam itu udah dari pihak Kodam, kita itu tinggal meliput, biasanya H-1 baru turun perintah buat peliputan. Kita pasti dapat jadwal peliputan dari Kepala Tim Liput. Katim itu dasarnya adalah surat perintah kegiatan. Ada surat perintah untuk peliputan tim liput dari Katim itu termasuk <i>Diponegoro Channel</i>. Jadi Dipchan dari krunya yang TV itu membantu peliput Penerangan Kodam IV/Diponegoro dalam meliput kegiatan-kegiatan Kodam.</p>
Mega K:	Berdasarkan apa info yang dijadikan sebagai ide atau bahan berita?
Noorlaila Mentari:	Berdasarkan kemanfaatannya untuk masyarakat, dan juga seberapa penting info itu.
Mega K:	Siapa saja yang terlibat dalam tahap perencanaan?

Noorlaila Mentari:	<p>Kalau untuk program yang reguler biasanya sutradara, produser sama Kasi. Kasi Medlek itu dia yang naungin <i>Diponegoro Channel</i> sama radio. Segala kegiatan dilaporkan ke Kasi. Tapi untuk peliputan yang insidental seperti terdada atau yang kedua sudah direncanakan jadwalnya itu ada tim liput sendiri. Katim itu dari Penerangan Kodam, dia yang akan ngatur siapa-siapa yang nanti akan dilibatkan dalam tim liput. Tapi hasil dari liputan tersebut semua ditaruh dulu di Prodok. Dari Prodok itu kita pilih kegiatan mana yang menarik yang perlu diekspos nanti diedit baru hasilnya kita posting langsung. Atau biasanya kita laporan dulu tunggu ACC dari Kapendam. Hasilnya bagus, kontennya bagus, editannya oke, yaudah.</p> <p>Sebelum video tayang kita laporan dulu ke Kapendam dan Kasi Medlek. Kita kasih lihat video jadinya, nanti ada koreksi dan tahap revisi. Kita revisi beberapa kali sampai siap tayang</p>
Mega K:	Dalam strategi program, di dalamnya terdapat perencanaan program yang mana ada persaingan. Menurut <i>Diponegoro Channel</i> sendiri, stasiun televisi mana yang menjadi saingan <i>Diponegoro Channel</i> ?
Noorlaila Mentari:	<p>Untuk persaingan, karena kita tayangnya secara <i>streaming</i> nggak bisa dibandingin sama stasiun televisi analog. Secara konten kita udah menang dulu karena akses untuk liput</p> <p>kegiatan TNI kita pasti ada. Ada beberapa Kodam yang mereka juga bikin tayangan-tayangan, persaingannya di internal itu ajasih.</p>
Mega K:	Bagaimana cara <i>Diponegoro Channel</i> menarik <i>audien</i> agar

	melihat tayangan <i>Diponegoro Channel</i> ?
Noorlaila Mentari:	Karena <i>streaming</i> ya kita lihat tayangan mereka, <i>viewers</i> banyak kita cari tahu kekurangan kelebihan nya.
Mega K:	Apakah tim riset melakukan riset terkait dengan kebiasaan <i>audien</i> dalam menonton?
Noorlaila Mentari:	Kita biasanya melihat grafik pengunjung. Lihat jumlah <i>viewers</i> -nya. Paling banyak program apa.
Mega K:	Bagaimana penempatan jam tayang program di <i>Diponegoro Channel</i> ?
Noorlaila Mentari:	Karena <i>Diponegoro Channel</i> kan kalau aku lihat banyak dilihat sama tentara-tentara. Nggak Cuma dari Kodam IV. Ya aku sama yang lain nentuin jamnya kalau jam 09.00 itu alasannya karena merupakan waktu senggang tentara setelah kegiatan di luar ruangan. Terus jam 16.00 kan tentara udah pulang. Itu juga waktu senggang mereka setelah bekerja. Untuk program ramadhan kan biasanya ditempatin pas mau buka.
Mega K:	Berapa jam dalam sehari <i>Diponegoro Channel</i> melakukan siaran?
Noorlaila Mentari:	Kita siaran dari jam 07.00 sampai jam 17.00
Mega K:	Siapa yang menentukan jam tayang suatu program di <i>Diponegoro Channel</i> ?
Noorlaila Mentari:	Yang nentuin jam tayangan dari produser dan tim <i>Diponegoro Channel</i> kemudian lapor ke Kasi dan Kapendam untuk mendapatkan persetujuan.

Mega K:	Dalam menentukan jam tayang, apakah melihat dari ketersediaan <i>audien</i> ?
Noorlaila Mentari:	Karena <i>Diponegoro Channel</i> kan kalau aku lihat banyak dilihat sama tentara-tentara. Nggak Cuma dari Kodam IV. Ya aku sama yang lain nentuin jamnya kalau jam 09.00 itu alasannya karena merupakan waktu senggang tentara setelah kegiatan di luar ruangan. Terus jam 16.00 kan tentara udah pulang.
Mega K:	Sebuah stasiun televisi harus memiliki stok program untuk ditayangkan. Langkah apa yang dilakukan <i>Diponegoro Channel</i> apabila tidak memiliki stok program?
Noorlaila Mentari:	Ada 2 cara. Yang pertama dengan nayangin ulang, terus yang kedua <i>Diponegoro Channel</i> media partnernya Pendam, jadi kita ambil tayangannya dari mereka.
Mega K:	Bagaimana cara <i>Diponegoro Channel</i> menghindari kebosanan <i>audien</i> karena menayangkan kembali programnya?
Noorlaila Mentari:	Biasanya emang ada beberapa yang mereka interaksi sama kita. Mereka kan biasanya komentar kasih kritik atau saran di video tayangan kita di <i>Youtube</i> . Aku lihat disitu sih, kita terima sarannya buat program tayangan selanjutnya.
Mega K:	Bagaimana manajemen SDM di <i>Diponegoro Channel</i> ? Apakah melibatkan TNI dalam proses produksinya?
Noorlaila Mentari:	Kita membantu Pendam, jadi mereka membantu kita dari proses produksi, koordinasi, menghimpun foto, info yang dibutuhkan. SDM dituntut untuk bisa segalanya. Kru disini ada 6. Contoh, produser harus bisa ngedit.

Mega K:	Siapa saja yang terlibat saat proses produksi?
Noorlaila Mentari:	Kalau produksi di studio semua terlibat. Tapi kalau produksi di luar ya cuma produser, sutradara sama kameramen, kameramennya cuma satu. Biasanya produser akan merangkap sebagai reporter.
Mega K:	Bagaimana proses produksi di <i>Diponegoro Channel</i> ?
Noorlaila Mentari:	Siapin alat-alat dulu baru liputan. Selama di lapangan tim liput ada yang bertugas ambil foto sama video. Untuk foto, memfoto kegiatan langsung saat itu juga di <i>share</i> ke Kasi sama rilis kegiatan.
Mega K:	Apakah <i>Diponegoro Channel</i> pernah melakukan pembelian program dari pihak lain?
Noorlaila Mentari:	Nggak pernah, karena perintah atasan harus produksi sendiri.
Mega K:	Apakah <i>Diponegoro Channel</i> melakukan kerjasama dengan pihak luar?
Noorlaila Mentari:	Sama Dreamlight pelatihan pengoperasian alat produksi, BMW sama Cakra TV kita ngisi jadwal slot tayangan. Keuntungannya kita lebih terpublikasi lagi. Kita juga kerjasama sama Honda dan Smartfren buat tim dokumentasi mereka.
Mega K:	Bagaimana proses pengawasan dan evaluasi program <i>Diponegoro Channel</i> ?
Noorlaila Mentari:	Mulai dari perencanaan itu sudah ada pengawasan dari Kepala Seksi <i>Diponegoro Channel</i> . Karena Dipchan media elektroniknya Pendam, sampai setiap detail apa yang kita

	kerjakan selalu ada pelaporan. Kita juga biasanya ngadain evaluasi mingguan kalau jumlah <i>viewers</i> -nya menurun.
Mega K:	Apakah ada evaluasi rutin?
Noorlaila Mentari:	Ada. Biasanya kita adain rapat evaluasi tiap 6 bulan sekali bareng Kasi Medlek dan Kapendam. Kita rapat buat nentuin kedepannya kita akan seperti apa, mau gimana. Kita lihat program apa yang banyak disukai, bakal dipertahankan atau enggak.
Mega K:	Bagaimana proses siaran di <i>Diponegoro Channel</i> ?
Noorlaila Mentari:	Server <i>streaming</i> . Disiarkan lewat <i>Youtube</i> sama aplikasikan. Kita udah himpun program-program yang tayang, kita tinggal susun playlistnya kita masukin pakai aplikasi namanya <i>Wirecast</i> .
Mega K:	Kenapa memilih menyiarkan program secara <i>streaming</i> ?
Noorlaila Mentari:	Dengan <i>streaming</i> bisa diakses kapan dan dimana saja, karena banyak anggota TNI di pelosok yang tidak memiliki TV. Satgas-satgas jadi tahu info kegiatan di Kodam IV/Diponegoro.
Mega K:	Tayangan yang diunggah di <i>Youtube</i> , kalau aku lihat beberapa ada yang <i>viewers</i> -nya banyak. Sesuai ketentuan <i>Youtube</i> , jika jumlah penonton banyak maka akan ada iklan dan dapat keuntungan dari itu. Televisi komunitas sendiri tidak boleh menerima keuntungan dari iklan apapun yang bersifat komersial. Bagaimana cara <i>Diponegoro Channel</i> untuk menghindari melakukan pelanggaran?
Noorlaila Mentari:	Kita posting di <i>Youtube</i> itu tujuannya untuk publikasi aja,

	supaya masyarakat tau. Kitakan nggak minta buat dapet iklan. Kita sama sekali nggak pakai uang dari <i>Youtube</i> itu.
--	---

Narasumber : Mayor Inf. Noven Kurniawan

Tempat : *Diponegoro Channel*

Hari/tanggal : 9 Mei 2018

Mega K:	Terimakasih atas waktu yang diberikan kepada saya sehingga saya bisa melakukan wawancara dengan Bapak. Tugas dan tanggung jawab Bapak sebagai Kepala Seksi Media Elektronik di <i>Diponegoro Channel</i> itu seperti apa?
Mayor Inf. Noven Kurniawan:	Mengkoordinir jalannya siaran, membantu Kapendam dalam hal menentukan layak atau tidaknya video yang sudah dibuat untuk ditayangkan.
Mega K:	Bagaimana perencanaan produksi dari pihak Pendam?
Mayor Inf. Noven Kurniawan:	Sesuaikan dengan kegiatan Kodam, sesuaikan sama perkembangan yang ada di lingkungan sekitar. Misalnya politik, saat ada kegiatan Pilkada misalnya, gimana biar aman, kita perintahkan untuk membuat video yang berisi mengenai himbauan-himbauan agar Pilkada berjalan dengan lancar.
Mega K:	Apa tujuan didirikan <i>Diponegoro Channel</i> ini?
Mayor Inf. Noven Kurniawan:	Ya perkembangan jaman <i>streaming</i> . Mengenalkan tentara ke masyarakat terkait tugas-tugasnya, tentara ini tidak

	menakuti tapi melindungi, memberikan informasi-informasi penting.
Mega K:	Menurut Bapak stasiun televisi apa yang menjadi saingan <i>Diponegoro Channel</i> ?
Mayor Inf. Noven Kurniawan:	Untuk saingan saya tidak berfikir tentang media lain.
Mega K:	Kalau saya lihat, sebagian besar program <i>Diponegoro Channel</i> berformat berita, kenapa memilih memproduksi banyak program berita dibanding hiburan?
Mayor Inf. Noven Kurniawan:	Televisi kita inikan TV yang tidak boleh menerima uang dari iklan komersial, untuk produksi hiburan seperti <i>Panggung Prajurit</i> itu memakan banyak biaya dalam produksinya. Selain itu juga memakan banyak waktu tentara dan kru. Jadi kita ini lebih memilih banyak membuat berita karena biaya yang dikeluarkan tidak sebanyak membuat hiburan. Akomodasinya juga banyak mengeluarkan biaya. Dalam membuat program itu saya fikir tidak mudak, apalagi memakan banyak waktu satuan yang tampil.
Mega K:	Sebuah stasiun televisi komunitas itukan tidak boleh menerima iklan yang bersifat komersial dan seluruh anggaran berasal dari komunitas itu sendiri. Jadi bagaimana cara <i>Diponegoro Channel</i> bertahan?
Mayor Inf. Noven Kurniawan:	Sebisa mungkin kita minimalisir biaya yang keluar.

Narasumber : Ika Oktiana (Sutradara)

Tempat : *Diponegoro Channel*

Mega K:	Pakai naskah nggak sih disini?
Ika Oktiana:	Pakai, nggak cuma naskah tapi ada <i>treatment</i> sama sinopsis juga. Aku juga bikin <i>script breakdown</i> .
Mega K:	Bikinnya H-berapa produksi?
Ika Oktiana:	Bikin naskah, <i>treatment</i> sama naskahnya 7 hari sebelum produksi. Setelah naskah jadi langsung dibagiin ke yang lain biar mereka pelajari.
Mega K:	Untuk <i>script breakdown</i> juga sama?
Ika Oktiana:	Sama, <i>script breakdown</i> -nya 7 hari sebelum produksi dan setelah bikin sinopsis dan lain-lain tadi. Ya buat acuan bawa terus.

Narasumber : Arif Wicaksono (Kameramen)

Tempat : *Diponegoro Channel*

Mega K:	Ada hunting lokasi nggak? Siapa saja yang terlibat?
Arif Wicaksono:	Ada. Biasanya yang survei lokasi itu produser, sutradara, kameramen. Terus kita didampingi sama Kasi Medlek. Pas survei Mbak Men (produser) udah bawa surat ijinnya untuk jaga-jaga kalau Kasi setuju sama lokasi yang kita pilih. Kasi ikut buat mintain izinnya. Kebanyakan sih kita milih tempatnya <i>outdoor</i> .
Mega K:	Produksi di studio pakai berapa kamera?
Arif Wicaksono:	Untuk produksi di dalam studio kita pakai 3 kamera, 1

	kamera diletakin di tengah buat master.
Mega K:	Proses produksinya seperti apa?
Arif Wicaksono:	Sebelum kita ambil gambar, kita <i>blocking camera</i> dulu buat latihan biar nanti pas ambil gambar lancar. Baru setelah itu ambil gambar.
Mega K:	Kendala yang sering dihadapi apa?
Arif Wicaksono:	Kan sering tu tempatnya nggak bagus pas di kamera. Biasanya aku hilangin benda yang nggak perlu, terus ditambahin biar makin bagus.
Mega K:	Bagaimana cara mengenalkan <i>Diponegoro Channel</i> kepada masyarakat?
Arif Wicaksono:	Kita pakai media sosial buat ngenalin televisi kita ke masyarakat. Di dalamnya selain posting program kita juga posting mengenai berita-berita yang berkaitan dengan tentara karena kita kan di bawah naungan Kodam IV/Diponegoro.
Mega K:	Disini juga nerima anak magang?
Arif Wicaksono:	Iya kita juga nerima anak magang dari pelajar SMK sampai mahasiswa. Biasanya rata-rata mereka magang selama 2 bulan dan kita nggak bedain kasih tugasnya antara anak SMK sama mahasiswa.

Narasumber : Azeem W (Editor)

Tempat : *Diponegoro Channel*

Mega K:	Kendala apa yang sering dihadapi?
---------	-----------------------------------

Azeem W:	Kendalanya biasanya kurang bahan, gambar tidak sesuai dengan apa yang ingin kita rencanakan. Strateginya kasih insert foto, gambar terlalu cerah ya colouring.
----------	--

